UCEE ネット活性化アイディア

九州大学　システム情報科学府　博士後期課程３年
福島　健太郎

UCEE ネットをより多くの方々に利用・普及させるためには、その特長を活かしながら継続的にアクセスさせることが重要だと考えられます。

そこで、“継続的にアクセスさせるにはどうすればよいか？”を中心に、大きくアイディアを２つまとめました。

＜１．研究室のコミュニティの充実＞

学生生活において、研究活動は基本的に研究室を通して行われる。研究室では、

- 自分の研究状況
- 学会スケジュールの把握
- 指導教員の予定
- その他、研究室の予定

が閉じた情報として共有される。UCEE ネットにおいて、上記の情報共有サービスを提供することで、研究室で UCEE 利用の促進を可能にする。

具体的なサービスとしては、

- 研究室のコミュニティの作成
  - 研究室内だけの閉じた情報の設定を可能にする
  - スケジュール把握のカレンダー機能
  - 日報（月報）のＢＢＳ化

があげられる。

学生にとっては、研究室のコミュニティがあることで、毎日 UCEE にアクセスすることになる。その結果、UCEE を研究活動の一部として定着させることができるのではないかと考えられる。

さらに、このような利用事例を積み上げていくことで、研究室単位でＵＣＥＥ利用を促進させ、大学へのＵＣＥＥの利用定着を目指す。

＜２．共通ディスカッションの設定＞

ＳＮＳにおいて重要なことは、継続的にアクセスし、なおかつ、自らが情報源として発信していくことが行えることだと考える。１．の研究室でのコミュニティでは、閉じた中で、研究室の情報の取得をきっかけに、UCEE に定期的にアクセスすることを浸透させ、日報などにより、自分の情報を発信させるこ

とを可能にする。

しかし、これだけでは大学間、産業界を巻き込む形のサービスとしては不十分であり、もったいない。そこで、学生間の共通のテーマを UCEE で提供し、そのテーマに、学生が意見を述べる場を提供することが重要であると考えられる。学生の共通のテーマ設定の鍵は“みんなが経験したことがある”、“ちょっとアクセスしたくなるような有益な情報がある”ということが重要である。

そのテーマの設定として、

“UCEE 発の基礎科目の教科書を作ろう”

というテーマを提案する。

たとえば、微分積分の講義。それぞれの大学が行っている微分積分の講義を共有することから始まり、各項目の難しいところ、実例を意見として募集し、解決策を議論しあう。

教科書というポイントは、“学生において教育を受ける”という点で共通であり、かつ、身に付くように、“それぞれが工夫し、それぞれのアイディアの種が詰まっている”ということである。また微分の項目一つとっても、学部によって、重要なポイントは異なっている。

このような、“学生が経験したことがある”かつ“個人や学部によって見解が異なる”側面のある基礎科目の教科書を作成することで、学部や大学を超えて、基礎科目の重要性を再認識するきっかけになると考えられる。さらに、自分の経験したことを発信したり、他の人の工夫を知ったりと、場として活性化し、“学生のための教科書”として、利用価値の高いものへと昇華できるのではないかと考えられる。

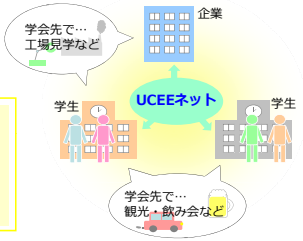
このように、UCEE ネットの特長を引き出し、継続的にアクセスさせる仕掛けが、もっとも重要だと考える。

きっかけは，UCEEネット！

～学生・企業の交流ステーション～

北海道大学 大学院工学研究科 修士１年　小瀧 優香

学会に参加する，その前にUCEEネットで学会コミュニティーに登録
→ 学会先でコミュニティーの特典利用，イベントに参加して学生同士，企業との交流も！



目的

- 大学の枠をこえて，学生同士のつながりを深める
- 学生と企業との交流の機会をもつ
  - –全国の学生・企業の間の通信手段として，インターネットは非常に便利
  - –一方で，インターネット上のみでの交流には限界がある

⇒

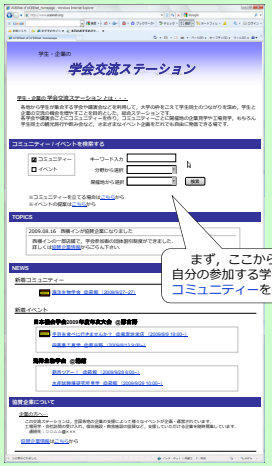
- 学生が実際に集まる，学会・講演会などの機会をうまく活用して，交流を深める！
- そのきっかけ，連絡手段として，UCEEネットを活用
  - –同分野の学生同士が交流を持つことで，研究意欲の向上・研究活動の活性化に
  - –学生と企業が交流を持つ機会が増える

学会前にUCEEネットで 企画・準備

こんなページがあったらいいな…

① トップページ

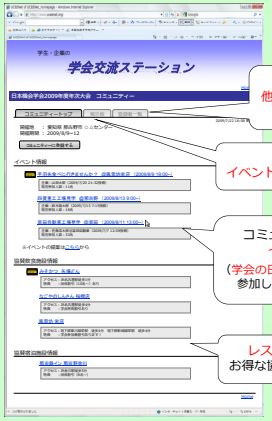
- UCEEネット上に，学会活用のための総合ページを作成
- 協賛企業を募集



まず，ここから自分の参加する学会のコミュニティーを探す

② コミュニティーページ

- 学会ごとにコミュニティーを立てる
- 学会参加者がコミュニティーに登録



登録者一覧から，他大学の参加者の確認が簡単にできる

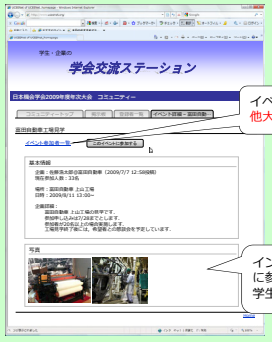
掲示板を使ってイベント企画の相談などもできる

コミュニティー内で興味のあるイベントをチェック！
（学会の日程に合わせたイベントなので，参加しやすく，友達ができやすい）

レストランやホテルなどお得な協賛施設を簡単に探せる

③ イベント詳細ページ

- 協賛企業の工場見学などのイベントを企画
- 学生の企画をUCEEネットが補助
- UCEEネット側がイベントを企業に依頼
- 協賛企業からのイベント提案も可能

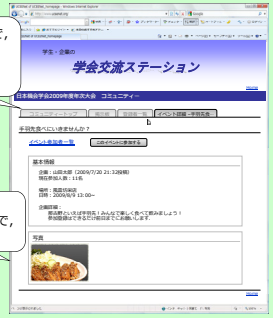


イベントの参加者一覧から，他大学の参加者も確認できる

インターンシップよりも気軽に参加でき，企業にとっても学生と交流をもつ機会になる

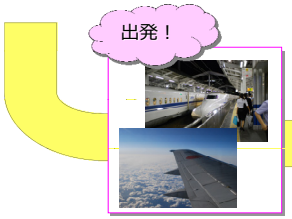
③' イベント詳細ページ

- 観光や飲み会など，学生主体の交流イベントを企画



UCEEネットが介することで，簡単に企画提案，参加者確認などができ，学生同士の交流促進に

学会先では外食が多いはず．気軽に参加できる飲み会などで，他大学の友達が増える



鉄道会社や航空会社の協賛によって，学会へ行く際の交通機関の団体割引などもできるようになるかも

特定非営利活動法人UCEEネット様宛

専門・分野を跨ぐ対談ネットワーク

Aca×cross

UCEEシステム面白化大作戦
&
NPO法人UCEEネット学生企画部様への活動提案

東京大学大学院工学系研究科
技術経営戦略学専攻修士2年
近藤康一朗

提出日:平成21年6月14日

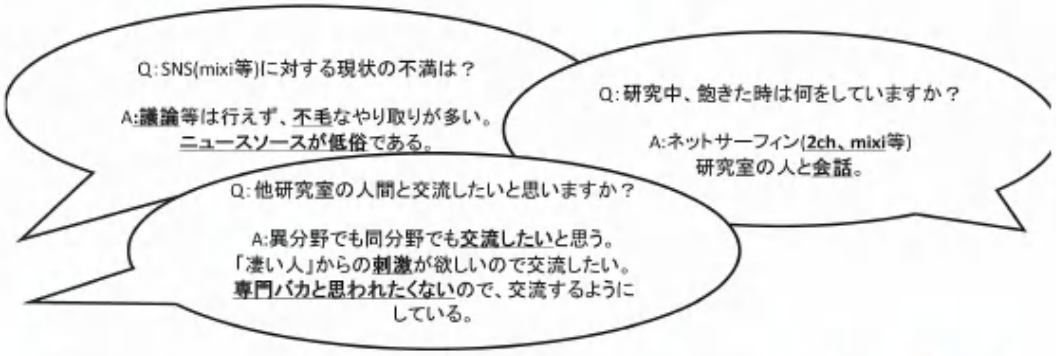
目次

- はじめに
- 企画コンセプト
- 企画全体像
- Aca×cross概要
  - Aca×cross
  - 異分野対談の面白さ
  - イメージ図
  - 既存サービスとの差異
- Aca×crossの広がり
- 企画実行スケジュール
- 実現可能性
- 実現後期待される効果

はじめに

研究者(私の周りの大学院生)へアンケートを取りました。

コミュニケーション(特にSNSに関して)にどのようなニーズがあるのか？



研究者の満たされないニーズは刺激を受ける「実のある交流」

背景：

- 研究者ならではの向上心の高さ
- 通常SNSでは受け入れてもらえない「議論」というコミュニケーション
- 専門バカのレッテルを貼られることに対する反発

企画コンセプト

研究者が「刺激を受ける」対談型コミュニケーション

VISION:UCEEを研究者にとって「充実した、なくてはならないSNS」に。

提案内容：研究者のニーズを捉え、UCEEを活性化させる方策の提案

研究者の(SNSへの)ニーズは？

- 人材交流による「刺激」である。
  - 専門バカというレッテルの払拭をしたい。
  - 既存SNSへの不毛なイメージ。ただのじゃれあい。
  - 専門を超えた新たな知見への欲望

UCEEの長所は？

- 文献情報を始めとした「研究関連情報」の充実による登録人材の質の高さ
- 体系的な研究者カテゴライズ
- 文系から理系までカバーする幅広い研究者網

活性化方法の方向性：

UCEEデータベースに登録された人材の分野を超えた融合(=コミュニケーション)
正に『異なる分野の人材が討論する知的創造の輪』(参考：UCEEネットの事業)

実現する手段は『分野を超えた』対談。

企画全体像

対談：UCEEから学生企画部が異なる分野の研究者二人を選び、対談して頂きます。
ファシリテーターは学生企画部若しくはUCEEから有志を募って行います。
対談テーマは皆にわかりやすいトピックを選びます。(例：新聞のニュース等から)

↓

コンテンツ化：対談内容をUCEE内コンテンツとしてweb上にアップします。
(Blog＋掲示板)コンテンツ名は「Aca✖cross」です。

研究で時間がなく参加出来ない

あ、意外と面白い。自分もやってみたい。

一般研究者へのフックの役割を果たします。

Web媒体の充実：Aca✖crossの対談を経て、登録者が自由にweb討論出来るコンテンツをUCEE内に作成。

リアルコンテンツ：大学のカフェ等を借りきって中規模で自由対談スペース「Aca✖fe」を実施します。

波及効果：個人のblog・UCEEに反映され、Aca✖crossが至るところに現れます!
研究者の「専門バカ」のイメージを払拭し、企業にも好イメージを与えます。

Aca ⤫ cross

- 様々な「⤫」で刺激と知見を創出します。

Crossの例：
プロセス工学✖文化人類学、畜産学✖芸術学、経営学✖プラズマ科学

※学問分類はUCEEのコミュニティhttp://www.uceenet.org/uceenet.htmlを参考

- 「学問分野」に留まらない「⤫」。

Crossの例：
卒論生✖修論生、修士✖博士、大学研究者✖企業研究者、○大✖△大、
女性研究者✖男性研究者、アジア留学生✖ヨーロッパ留学生

- 分野横断型の専攻も交えて「⤫」。

Crossの例：
技術経営学✖電気電子工学✖経営学、環境学✖地球惑星科学✖社会学

異分野対談なんて本当に面白いの？

A.テーマがあれば最高に面白い。

生物学✖医学
「ほんとうの環境問題」
池田 清彦氏と養老 孟司氏

広告✖経済学
「経済学ってそういうことだったのか会議」
佐藤雅彦氏と竹中平蔵氏

異分野対談の書籍は飛ぶように売れていますし、面白いです。
きっと有名人でなくても、テーマ設定が「議論の弾むもの」であれば面白いものが出来るはずです。

テーマ設定
皆にわかりやすいトピックであることが望ましいため、**世の中で騒がれているニュース等**を題材にする。その分野の人しかわからないトピックではなく、研究者ならではの「**独自のものの見方**」・「**専門分野と社会の意外なつながり**」が他分野の人にも理解してもらえるものにする。

Aca × crossイメージ(例)

Aca × cross第一回

法律学 ✖ システム工学

テーマ「派遣切り　手元に100円　雇用「失政」の犠牲者(2009年2月14日朝日新聞)」

司会：東都大学工学系研究科技術経営戦略学専攻修士2年東大太郎
対談者：京京大学法学系研究科博士課程京大太郎氏
　　北北大学工学系研究科システム工学専攻修士2年北大次郎氏

対談内容

1ページか2ページ程度。
書籍などの対談と同じ様に記述。

他専門の研究者と対談して感じた「意外な共通点」、「新鮮だった切り口」等をテンプレートと自由記述で行う。

事前に軽いインタビューを行い、インタビュー・データベースによるプロフィールをリンクで提示

感想(京大太郎氏)
意外な共通点は？：
新鮮だった切り口：

✖

感想(京大太郎氏)
意外な共通点は？：
新鮮だった切り口：

7月4日には

- このページはまだ未完成です。
- 実際に対談した結果をイメージ図に乗せて持って行こうと考えています。

Aca×crossの広がり

Aca×fe

Aca×crossを見て、「自分も刺激を受けたい」と感じた研究者に対し、月に一回大学のカフェを貸切り、UCEEで決めたテーマに対し、対談イベントを行います。UCEE企画部は参加者をどのようにcrossさせるか決定し、当日の運営・管理を行います。

Aca×blog

同じテーマに対し、異なる分野の研究者に雑感・見解等をblogで述べてもらいます。
Web上でのcrossで、各所で「分野横断型交流」への関心が高まり、UCEEも注目されると考えられます。
Twitter等の外部webコンテンツでの口コミも期待できます。

既存サービスとの差異

既存SNSとの違い
既存SNSで行われている身近な人との「じゃれあい」の様なコミュニケーションにでは研究者に「刺激」はありません。登録者の質も担保されておらず、本質的な議論を避けた表面的なやり取りが中心といえます。UCEE・Aca✖crossでは研究分野を超えて「討論・議論」等を行い、研究者に生産性のあるコミュニケーションを提供します。

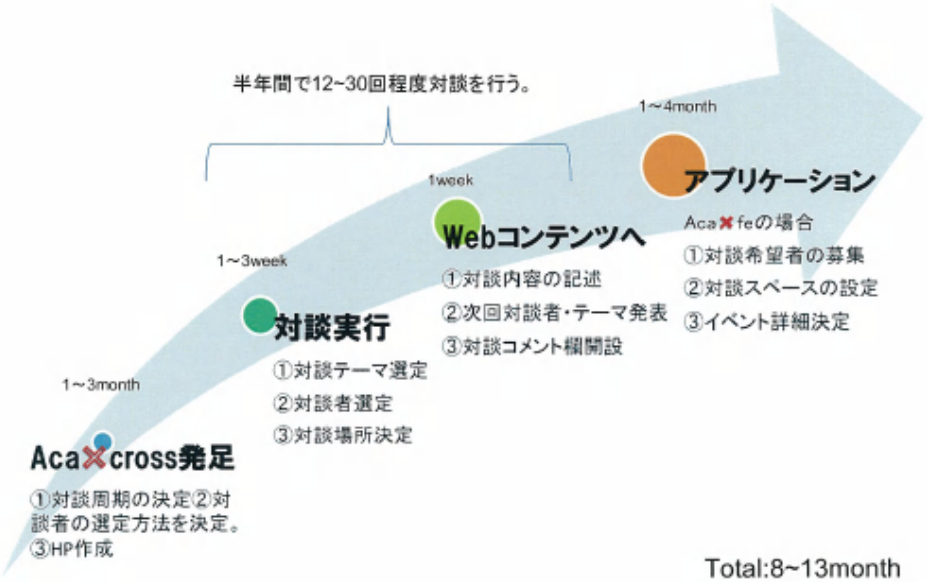
mixi

GREE

既存研究者交流イベントとの違い
既存交流イベントでは、学問的意味を持つ目的に絞っている分、参加する際の気軽さ、討論の自由度に欠けます。また、せっかくの討論の内容が一般企業等の外部の人間に理解して頂けることも少なく、「閉じられた議論」になりがちです。Aca✖crossは「研究者の刺激ある交流」を目的に据え、気軽に参加出来る、自由度の高い、一般でも理解出来る研究者コンテンツを実現します。
幅広いテーマに触れることで、社会人としての研究者の姿も映すことが出来ます。
更に開催場所に関しても少ないスタッフと二人の対談者で行うため、柔軟に対応できることが強みです。

既存対談コンテンツとの違い
既存対談イベントでは、有名人や著名人を起用したものばかりです。しかし、Aca×crossでは一般の研究者一人一人を主役とし、「私もやってみたい」と研究者に思わせる対談を目指します。一般の研究者から選ばれている共感と異分野の融合による新しい発見が刺激となり、他分野と交流するインセンティブにつながると考えています。

企画実行スケジュール



実現後期待される効果

- 新たな融合研究の誕生
- 学部4年生など、研究者未満の人材が研究者に関心を持つ。
- 研究者人材への一般評価の変化(専門バカではない)
- 分野横断型ネットワークの活性化

参考

実現可能性

失敗の上に築く新しい UCEE システムのあり方

～キャズム理論に基づいた理論的考察～

豊田倶透

東京工業大学　大学院理工学研究科　化学工学専攻
東京都目黒区大岡山 2-12-1
E-mail: ttoyoda@chemeng.titech.ac.jp

概要

これまでに UCEE システムが積み上げてきた失敗とマーケティング理論であるキャズム理論を参照しながら現在の UCEE システムの現状や抱える問題点を示した。考察の中で適切なマーケティングが今後の UCEE の命運を左右することが示された。その上で、UCEE システムの運営指針や学術的な SNS サービスとして有用であろうサービスについて示した。これらサービスはこれまでに UCEE システム上で展開されてきたものとは大きく異なり、抜本的な革新が必要である。本レポートの骨格を以下に示す：

１．現状の UCEE システムでできる最善の努力の結果
２．UCEE システムは躓いている
　２．１　キャズム理論とは
　２．２　キャズム理論でみた UCEE システム
３．UCEE システムが実際に経験した失敗事例の考察
４．UCEE システムの目指すべき方向性
　４．１　基本姿勢および戦略の再構築と明確化
　４．２　プロジェクト・ライフ・サイクル
　４．３　新しいコンテンツの検討
５．まとめ

１．現状の UCEE システムでできる最善の努力の結果

UCEE システム上のコミュニティー「化学工学を強くするコミュ」を設立し、運営にあたった（筆者はコミュニティーのオーナーである）。同コミュニティーでは「化学工学とは」、「化学工学系学会情報」、「雑談トピック」、「自己紹介トピック」等の他のソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）上で見ることができる基本的なコンテンツを備え、学術的な交流を目指して試行錯誤が行われた。結果的にこれまでのところ大きな発展は得られていない。一点主張したいのは同コミュニティーの運営に関しては努力を怠ったわけではない。UCEE システム自体がコンテンツ・メンバー・認知度ともに問題を抱えていると言わざるを得ない。アイディアコンテストの開催決定以降でさえ、UCEE システム上のコミュニティーが増えたような印象は得られず、活発化どころか、これまでの挑戦の残骸が増える一方というのが UCEE システムの現状である。コミュニティーが「打てど響かず」の状況に容易に陥ることは UCEE システムの質の向上を考える上で留意する必要がある。

２．UCEE システムは躓いている

２．１　キャズム理論とは

ジェフェリー・ムーアは著書『キャズム（Crossing the Chasm）』の中でテクノロジーのライフ・サイクルについて示している。以下に抜粋して内容を紹介する。

テクノロジーのライフ・サイクルはベル型の標準偏差のグラフによって示され、その各段階でターゲットとすべき顧客として、イノベーター、アーリー・アドプター、アーリー・マジョリティー、レイト・マジョリティー、ラガードといった顧客セグメントに分類できる（**Figure 1**）。各セグメントは以下のように表現される：

イノベーター；テクノロジー・マニア。アーキテクチャー自体に興味がある。彼らが興味を持つ段階では他の人はそれをどのように使ったら良いか分からない。

アーリー・アドプター；新たなテクノロジーがもたらす利点を検討し、理解し、それを評価できる。自らの直感と先見性が原動力となる。既存のテクノロジーと新しい

テクノロジーが不連続であることを覚悟している。

アーリー・マジョリティー；実用性や生産性を重んじ、他の導入実績を見てから参加する傾向を示す。彼らが求めているのは進化であって革新ではない。彼らは自分たちが利用するまでにサービスが完成形に至っていることを望む。

レイト・マジョリティー；アーリー・マジョリティーと共通点が多いが、業界標準の確立を待ち、十分なサポートを受けるために業界大手からの製品の購入を好む。

ラガード；新しいテクノロジーに見向きもしない人たち。

新しいテクノロジーの導入に際し、初期段階としてイノベーター、アーリー・アドプター、アーリー・マジョリティーをうまく取り込むことが重要であることがうかがえる。イノベーターとアーリー・アドプターの間にクラックが存在し、深い溝である「キャズム」は少数のビジョナリー（アーリー・アドプター）で構成される初期市場から多数の実利主義者（アーリー・マジョリティー）で構成されるメインストリーム市場へと移り変わるところに存在する（**Figure 2**）（実際にはアーリー・マジョリティーとレイト・マジョリティー、レイト・マジョリティーとラガードの間にもクラックが存在する）。このキャズムを超えなくては、新しいテクノロジーはメジャー市場でブレイクすることなく、規模の小さな初期市場のなかでやがては消えていく運命を辿るという。

なお、このキャズム理論はハイテク関連企業のバイブル的存在であり、スタンフォード大学ほか、多くの一流ビジネススクールにて課題図書となっているという。

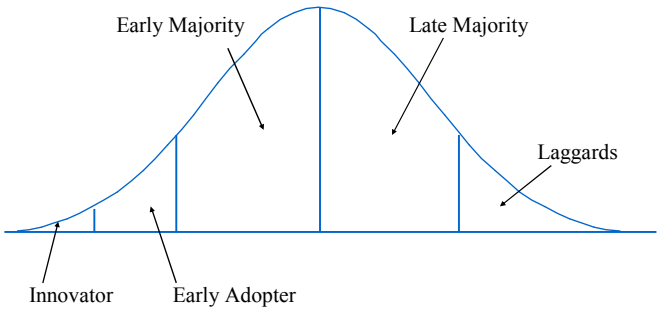


Figure 1　Bell curve of technology life cycle

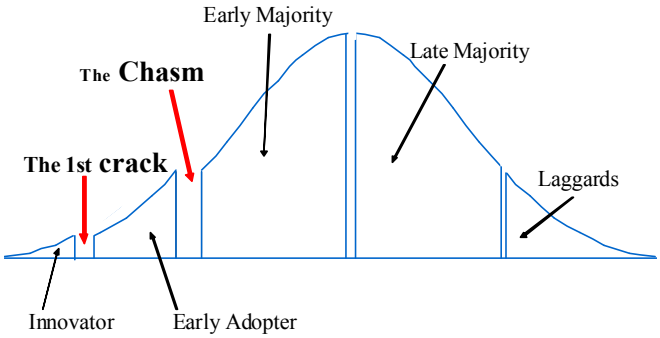


Figure 2　The chasm and cracks

２．２　キャズム理論でみた UCEE システム

UCEE システムは SNS 市場への新規参入ビジネスであり（少なくとも競合する相手にはビジネスとして SNS を運営しているグループがある）、ユーザーの獲得のために適切なマーケティングが必要であることは言うまでもない。また、現在の UCEE システムが抱えている問題点はこのキャズム理論によって検討することが適していることは以下の考察から明らかになる。

現状を要約すると、「なんらかのモチベーションによって新しいモノを UCEE システム上に導入しても、イノベーターの獲得までで終わってしまい、クラックに落ち、「打てど響かず」の状況に陥る」ということになる。『キャズム（Crossing the Chasm）』の中の「斬新なアイディアが現実的な手段として人々の定着していないときは、このクラックに落ち込んでいると考えてよい。エスペラント語がこの例である。」という記述とよく一致している。

ここで、テクノロジー・ライフ・サイクルのフェイズを確認する。現在の UCEE 近傍にいる人々は「学術 SNS」というアーキテクチャーに興味を示したマニア（イノベーター）である。UCEE システムの有用性を先見性のあるユーザー（アーリー・アドプター）にアピールでき、参加してもらえるという段階にすら至っていないと言える。多くのユーザー（アーリー・マジョリティー）の確保を考える以前の時点（イノベーターとアーリー・アドプターの間のクラック）で躓いているということを認識しなければならない。このクラックは「エサを与えても犬が食べようともしない」というような状態であり、新しいテクノロジーの有用性を理解させる必要があるという。言い換えれば、新しいテクノロジーの効用はそれが欠かせない存在感を示すことによってようやく認知される。UCEE システム必要論を研究者の間で高めることができなければ、他のキャズムを乗り越えられなかった技術と同様な残念な未来が待っている。

アーリー・アドプターを獲得できない主な理由として、既存の技術に対する十分な優位性が無く、市場におけるポジションが確立できていないことがある（よって、今回のコンテストの重要性は高いということができる）。

これまでに多くのハイテク技術がキャズムを越えられなかった現状を踏まえれば、現在の直感的なアプローチによる打開策の模索の多くは成功に至らないことは容易に想像でき、マーケティングを真剣に考える段階に来ていると言える。

３．UCEE システムが実際に経験した失敗事例の考察

これまでに UCEE システムが積み重ねてきた失敗から学ぶことを以下に示す。

(a) 強制力では継続的な発展は得られない。マーケットにおいて商品は消費者の購買意欲に訴えるものであり、強制的に配布しても一時的に使用されるか、捨てられるかが大多数であり、賞品に魅力がなければ尚更である。また、一時的に盛り上がるコミュニティーは UCEE の継続的な発展におけるインパクトは極めて小さい。自発的な取り組みによる正のスパイラルのサイクルを作る必要がある。

(b) 活動によるメリットは重要であり、一部のイノベーター（テクノロジー・マニア）を除いてボランティアによるコミュニティー運営は長期的には成立しない。

(c) 「コミュニティーは誰のために存在するのか」を考える必要がある。積極的に参画する人のためにあると考える。オブザーバーの参加も奨励されるが、真に機能するかどうかはオブザーバーの数では決まらない。一人ではコミュニティーを継続させることはできず、同じ志をもった人が４～５人以上いることが必要条件である。彼らの内輪のコミュニティーであれば彼らが満足できるかどうかに掛かってくる。さらに広げる場合、つまり、アーリー・マジョリティーを巻き込むことを目指すのであれば、マーケット戦略が必要になってくる。アーリー・マジョリティーは生産性を改善する手段を求めており、また、彼らは自分たちが利用するまでにサービスが完成形に至っていることを望むという。また、一気に多くの参加を呼びかけるのではなく、少数の呼び込み・コミュニティーの改良によって顧客ユーザーを増やすことが重要であることも同時に示されている。これまで、UCEE にはそのようなに適切なプロセスを踏んで育てたコミュニティーは筆者の知る限り無かった。

(d) UCEE システムにしかないモノがない。一方、他の SNS にあって UCEE システムにないものはたくさんある。特に注目すべきは「そこにしかないもの」である。例えば、友人の日記や写真という「そこにしかないもの」を見るためにはそれが掲載されている SNS に足を運ぶ必要が出てくる。また、サブコンテンツであるニュース等もユーザーが興味を持てるものが揃っており、ユーザーが得るものは大きく、多くのユーザーはリピーターとなる。また、実効ユーザー数が UCEE システムは少ないという制約も足かせとなっている（ただし、この点についてはイノベーターしか集まっていないために当然であり、安易に数だけ増やそうとする試みは失敗する）。さらに、理系の求人情報も UCEE システム上に存在するが、大手のリクナビや毎日就活ナビ等で得られる内容がほとんどであり、その利便性からユーザーは大手サイトの利用に流れると考える。

既存の SNS サービスと張り合っても規模の差が既に存在しているため、ニッチなフィールドを求めなくてはいけない。革新的な進歩の達成には経済学者ジョセフ・シュンペータが言うところの新結合による創造的破壊が必要であることがしばしば語られている（ex. 今井、2008）。SNS に斬新なアイディアを持ち込み不連続な発展形を構築することができなければ新規な SNS としてポジションを確保できない。学術的 SNS としての価値を築くのであれば、雑談レベルのコミュニケーションによるコミュニティー運営や日記などとは一線を画した学術的なコンテンツの提供が必須条件である。また、UCEE 上での活動が金銭価値に変換されるような取組は避けるべきである。目的が学術的な価値では無くなってしまう。

４．UCEE システムの目指すべき方向性

４．１　基本姿勢および戦略の再構築と明確化

UCEE システムの戦場は SNS 市場であり、マーケティングに基づいた戦略を立てることが不可欠である。筆者は UCEE ネットには発展の具体的なロードマップができていないと推測する。UCEE ネットのホームページでは概念的なゴールが描かれているが、発足して時間の経過した UCEE システムの現状とはかけ離れている。ロードマップを示すことができなければ、ユーザーの獲得は極めて難しい。示さないのであれば、イノベーターにその発展を一任することになる。現状はそのような状態であり、描いたゴールにボランティアで持っていってもらうというのは無理がある。いずれのセグメントの顧客を勧誘するにしても「何か新しい SNS があるらしい」では高いモチベーションのユーザーの参加を期待できない。さらに、そのような状況では、運営メンバーが機能し、継続的に一緒に作業をすることすら困難である。また、現在の組織が硬直化し

ているのであれば、明確なビジョンに基づいて組織の再編成を行う必要がある。

究極的には、今回のコンテストを機に、**ゼロから作り直すこと**を提案する。コンテスト開催に至った背景として、UCEE ネット側とユーザー側に大きな隔たりがあったことは容易に推測される。今回のコンテストの後、UCEE システムのメインコンテンツは「コミュニティー」ではないという結論に達する可能性が十分にあるからである。現在の UCEE システムの姿にとらわれることなく、ユーザーにとって価値のある「場」の提供を、自由な発想の基に戦略的に構築するべきである。製品のあり方は消費者のニーズに合わせなければならならず、「現状+α」でこのギャップを埋められるとは限らず、制約を設けない方が良いと考える。

４．２　プロジェクト・ライフ・サイクル

Figure 2 に示したテクノロジー・ライフ・サイクルにおいて目を引くのは大きな溝であるキャズムであるが、残念ながら UCEE システムはもっと初期の段階から考えなければならない。初期市場では（１）将来必要とされる斬新なテクノロジー、（２）テクノロジーを評価し、優れていることを証明するイノベーター、（３）そのテクノロジーを用いた飛躍的進歩を考えるアーリー・アドプターが必要だという。ここでは、初期市場を形成する 2 つの顧客セグメントに対して行うべきことを示す。

４．２．１　対イノベーター

アーリー・アドプター以降の異なる顧客セグメントにアピールするためには先行事例が必要であるという。まずは、テクノロジー・マニア（イノベーター）の支持を取り付けることが最初の段階となる。一方、テクノロジー・マニアは「一緒に作り上げてくれる」存在でもあり、機能改善のための実験台となってくれる存在とも言うことができる。この時、概要であるロードマップと魅力的なコンテンツを提示することが求められる。

次項に提案するコンテンツを運営するためには現在 UCEE システムのマニアなユーザーの数は十分ではなく、テクノロジー・マニアの増員も UCEE の活性化に必要な要因である。ここで増員されるのは「適切」なイノベーターである必要がある。

４．２．２　対アーリー・アドプター

アーリー・アドプターは先行事例の提示を求める。その時に「UCEE システムがイノベーターに利用され、活発に機能した状態を見せること」が求められる。

UCEE にとって、「継続的に活発に機能した状態のモノ」が製品パッケージであり、先見性のあるアーリー・アドプターはそのような製品に対しては価値を認めてくれる可能性がある。

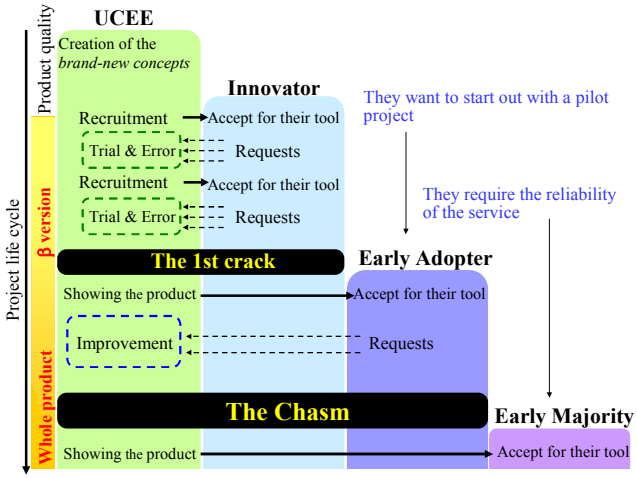


Figure 3　Project life cycle of UCEE system in the earlier stages

これらをまとめると Figure 3 のようにプロジェクト初期の流れを表すことができる。

４．３　新しいコンテンツの検討

上記の考察を踏まえ、筆者はモチベーションの高い研究者・技術者向けのサービスに特化することを提案する。巨大な SNS である Mixi や Facebook であっても、そのような領域は十分にカバーできていないと考えるからである。

ここで、研究者にニーズが高いと思われるサービスについて以下にしめす。ただし、本レポートに記載したアイディアを含め、今回のコンテストで発表されるアイディアの多くは、ごく限られた人数の中で検討されたものであると考える。真に価値のあるコンテンツの選択については十分な検討が必要であり、コンテンツの成長にはテクノロジー・マニアに使ってもらい、厳しく評価され、改良して行くことが必要である。

(a) 良い研究者が集っている場の提供

現在の UCEE システムはコンテンツに魅力がない（魅力が出ない）・良い人が集まってない（集まらない）という負のスパイラルである。良いサービスの検討と同時に、いかに良い研究者を集めるかを検討する必要がある。まずは、イノベーターを集め、イノベーターと共に以下に挙げるようなコンテンツの開発を行う必要がある。

(b) UCEE カンファレンス

年 2 回実施し、1 回はネット上で行い、もう 1 回は通常の学会のような形式での実施を提案する。

オンライン・カンファレンス

ネットカンファレンスではわざわざ会場に足を運

ばなくても学会に参加できるというメリットがある。ネット上でポスターセッションを行うことは技術的に可能である。質疑等はオンラインで行うことができる。

通常カンファレンス形式

学会としての機能は特に言うべきことはないが、いわゆる「オフ会」の機能を兼ねる点は特筆すべき点である。ネット上は間接的な場であり真のネットワークを形成するためには直接対面する事は欠かせない。

いずれの場合も査読付の正式な学会発表として扱われることが参加者増加（呼び込み）の必須条件であり、UCEE に関わる大学教員や企業研究者の協力が求められる。

通常の学会との共存の可能性について検討する必要がある。UCEE の活動自体は新規な学問分野ではないので、既存の学会が開催する会議と同じことをやっても見劣りしてしまう。

ニッチな部分で狙う一例として異分野との交流であり、「異分野とのシナジー」や「専門外の知識の拡大」を気軽に行えることを提供する。一般に、自分の専門と異なる分野の集まりには興味があっても実際に行くのは難しいことがあり、どのような集まりに出席すればよいのかも判断が難しい。

レベルの高いユーザー間では、異分野のシナジーについて議論できるかもしれない。異分野の交流自体は今後さらに重要性が高まることが予想され、開催することの意義はあると考える。

UCEE システムに参加する産業界の研究者は「学」との交流によって新しい技術に触れることを望んでいる人がいると考える。そのためには大学側から「シーズ」を場に転がしておく必要がある。当然ながら、シーズの展示者は交流に強い興味を示す人でなければ意味が無い。

参加費や閲覧資格の問題は別として、学会のポスターは UCEE システム上で常時閲覧できるようにすれば、「宝探し」をするユーザーの出現は容易に想像がつく。

その他の機能の一つとして、UCEE ネットに参加する大学教員に査読等を依頼し、「UCEE ネットに参加していることを認識させる」ことがある。日本を代表する 8 大学が出発点である組織にしては、UCEE システム上で活躍している大学教員の数が多くないように思う。参画した経緯やモチベーションは分からないが、UCEE ネットの活動に参加させなければ、UCEE ネットの優先順位は必然的に低くなる。

(c) UCEE News Letter

筆者はこの UCEE News Letter が UCEE システムというサービスの**目玉商品**になると考える。

科学技術に特化した情報提供に関しては、たとえば、独立行政法人科学技術振興機構(JST)が運営している Science Portal (http://scienceportal.jp/index.html)が既に存在し、大量の情報を集約・発信するサービスはそれらのサイトに譲る方が得策である。

一方、UCEE ネットには日本を代表する産業界・学術界の方々が名を連ね、さらにその周囲のネットワークまで広げれば、日本の“Top of the top”にアクセスできるというアドバンテージを持っており、これは**他の機関には無い優位性を持っている**と言える。

UCEE システム上での「UCEE News Letter」の創刊を提案する。紙媒体での配布はせず、UCEE システムにログインすることで記事を読むことができるようにする。この情報誌では UCEE システムでしか見ることができない「“Top of the top”の声」、「最先端の技術や思考」に触れる機会を提供する。UCEE ネットに名を連ねる熱意あるトップならば依頼を快諾するに違いなく、断るとは考えられない。編集作業の負担は大きいため、1 回あたりの分量は少なくても仕方ないが、毎月発行することによってユーザーをリピーターにする効果が期待できる。特に初期市場を形成するようなユーザーは興味を示すと考える。

追加機能として、コミュニティーで読者が直接質問できるような仕組みを作れば（全てに答えるのは難しいため、抽選等の処理で例えば 5～10 件を選抜して回答を得る）、なおさら他では真似ができないサービスができる。

先に触れた Science Portal は、その幅広さから有用性は高く、興味深いニュースもアップされているため、交渉し、UCEE システムでも見られる、あるいはリンクで飛べるなどの連動を構築した方が、UCEE システム全体の便利さが向上すると考える。

(d) 研究トモ募集（リアルな人脈構築の場の提供）

UCEE システムがネットワーク構築のモチベーションの極めて高いユーザーを対象にするのであれば、たとえば、「私は、企業で働く博士と My UCEE になりたい！」、「○○について話し合える人、募集」などの意思表示をできるフォームがあれば、その人がどのような人とネットワークを形成したいのかが分かり、アプローチがしやすくなる。マッチング・キャンペーン期間を設定し、ネットワーク構築を促しても良いと考える。

新しく誰かと議論を展開したいとしても、話題を共有できる人を見つけなければならない。従来の

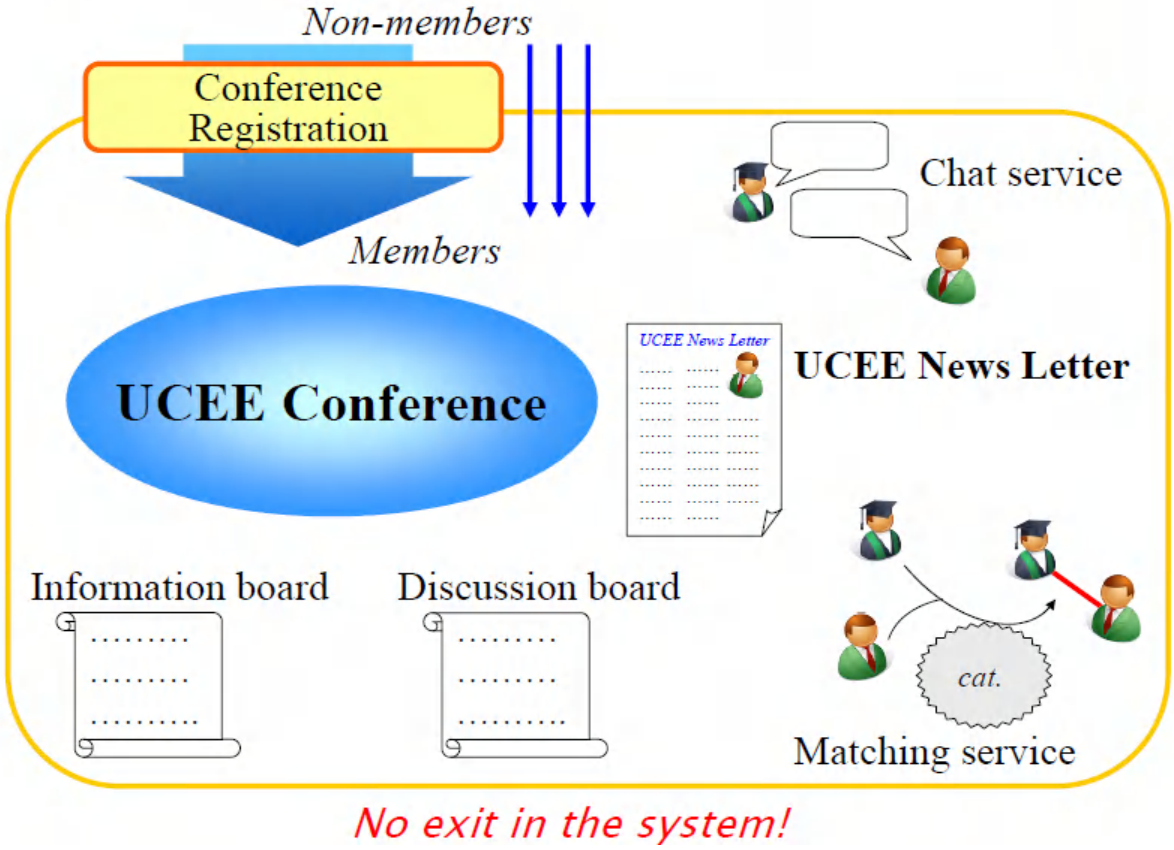


Figure 4　Outline of the new UCEE system

UCEE ではそれが難しくコミュニティーを立ち上げた者が誰かの参加を待ち、一人で努力を続けるが、そのうち力尽きてしまう傾向にある。このコンテンツはそれらの問題を解決することを目的としている。

(e) チャット・サービス

研究に関して知りたい情報は、掲示板に書き込みをして誰かが返答してくれるのを長々と待つような類のものなのであろうか。仮に返信が得られたとして、さらに追加で質問をしたい場合はどうだろうか。コミュニケーションはもっとライブに行われるべきであり、そのためにはチャット形式で対話可能な”meeting room” が必要ではないだろうか。込み入った内容ほど全体に公開したくない情報である。また、依然としてユーザー間でメールを送ることができない状態が続いており、コミュニケーションが非常に取りづらい。

(f) 学会情報

今後開催される注目の学会、過去に行われた学会の紹介など研究活動で参考になることは多い。「過去に行われた学会の紹介」では名称や日時だけではなく、会議の様子や参加者の層などを記した A4 で少なくとも 1 ページ程度の詳細な記述が求められる。筆者は日本人がもっと国際学会に出席するべきであると考えるため、国際学会の情報を提供し、日本から一緒に参加する人を募っても良いと考える。

コンテストの後、どのようなアイディアを導入するにしても、ユーザーには UCEE システムで得られるメリットを簡潔かつ明確に示し、実証する必要があり、そのための努力を怠ってはいけない。プラットフォームだけ開いても手入れが為されなければ、再び廃墟になるだけである。

また、上記活動をするためにはユーザー間の信頼関係が必要な場合が多い。現在の UCEE システムはユーザー名を個人で任意に設定することができるが、本名（必要によっては顔写真掲載）での利用を義務づけるべきである。なお、コミュニティー内での発言への責任が重くなってしまう点は考慮すべきであり、書き込みには別途ユーザー名を定義できるようにすることでこの問題は打開できる。

５．まとめ

ハイテク関連産業界で特に効果を発揮しているキャズム理論を用いて UCEE システムのあり方について検

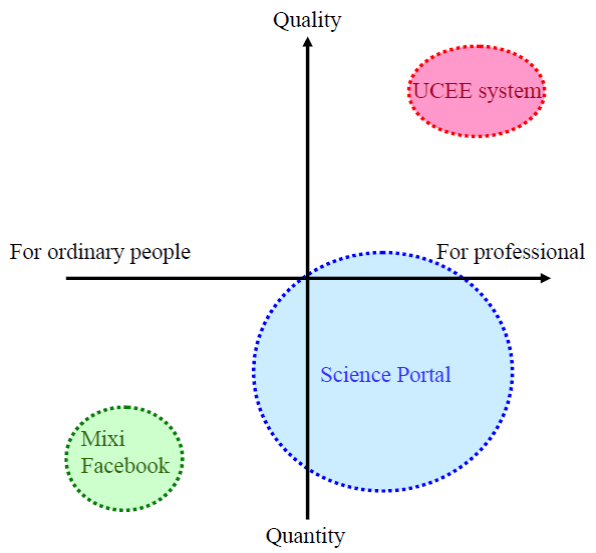


Figure 5　Positions in the market

討を加えた。考察を踏まえ、筆者が考える UCEE システムのあり方の模式図を **Figure 4** に示した。概要は以下のようになる：

・UCEE カンファレンスによって新規のユーザーを多く獲得することができる。
・異分野の研究者との交流が可能。
・技術のシーズが多数転がっている。
・他では得られない情報を提供する。
　UCEE News Letter による“Top of the top”の記事
　多数の学会・会議情報の集積
・UCEE システムがユーザー間を取り持つ触媒作用を果たす。これにより研究者のネットワークに広がりが生まれる。
・チャットやメールで気軽、かつ、スピーディーな議論を展開できる。
・コミュニティー内で広く意見を求めることができる。

これらは、「UCEE システムにしかない」、もしくは、「UCEE システムではより質の高いサービスを提供できる」という優位性を兼ね備えている。本レポート内で取り上げた他のサービスとの住み分けという点では、**Figure 5** のように表すことができる。

また、一度 UCEE システムに参加してくれた人が継続的に利用してくれるようなサービスを提供しなければならない。

本レポートにおいて提示した内容は、「キャズム前」までである。キャズムを渡りきるまでは気を抜けないことに留意する必要がある。

最後に

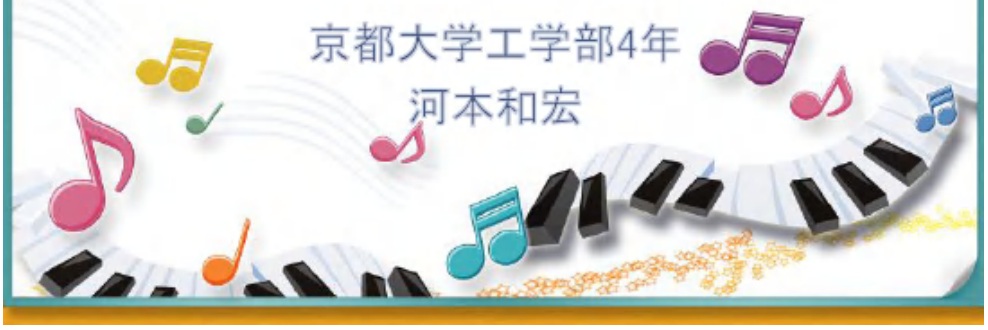
批判的な記述を多く展開したが、批判は筆者が最終的に意図するところではなく、筆者は UCEE システムの発展を切に願っている。キャズム理論との比較の中で、本レポートの内容がここまで痛烈になってしまったことには筆者自身が驚いており、UCEE システムに内在している問題は予想以上に深いことを示した。また、当面のゴールは『研究者のための UCEE システムの有用な使い方』といった書籍やホームページが外部で出現することであると筆者は考える。また、キャズムを渡るためには多くの資源が必要であることは言うまでもない。今回のコンテストを機に運営方針、組織の人材、サービスの内容それぞれについて再度議論し、新しい UCEE ネットを再構築し、不連続な革新を創造することが必要である。また、UCEE システムを引っ張る方々がベクトルを合わせ、断固たる決意を持って取り組むことがプロジェクト成功の鍵であると考える。

引用文献

今井賢一；『創造的破壊とは何か　日本産業の再挑戦』（東洋経済新報社）
ジェフェリー・ムーア；『キャズム（Crossing the Chasm）』（翔泳社）

ミュージックリレー

京都大学工学部4年
河本和宏



普段、何してますか？

- 朝、研究室に来てから
- 夜、帰宅するまで。

- メール？
- データ解析？
- 論文作成？

気がつけば・・・

- 音
- 楽
- を聞いている自分。

背景

- SNSの活性化に不可欠なのは新規加入ユーザの増加とコアユーザの増加
- 研究所では毎朝パソコンをつけるところから一日が始まる
  - 毎日音楽を聴くのでネタ切れになりやすい
  - クラッシックを紹介してもらえば教養にもなる
- 文字だけの研究者紹介は読む気が起こらない

それは、活性化のためのバトン

UCEEのトップページにおいて、

- SNS参加者が日替わりで自分のお気に入りプレイリスト（公開プレイリスト）を紹介する
- 同時に自己紹介や研究内容についても記事を書く
- 「いいとも！」みたいな感じで次の担当者を決定する

目的

- SNSコアユーザを増やす
  - SNSの利用を習慣化する
  - 音楽を切り口に担当者のことを知ってもらう
  - リレー形式にすることで継続性を担保する
- SNS新規加入ユーザを増やす
  - プレイリストの依頼というSNSへ誘うためのきっかけとなる
  - 知り合いがいなくても自己紹介の機会がある
  - 音楽とセットにすることで加入のハードルを下げる

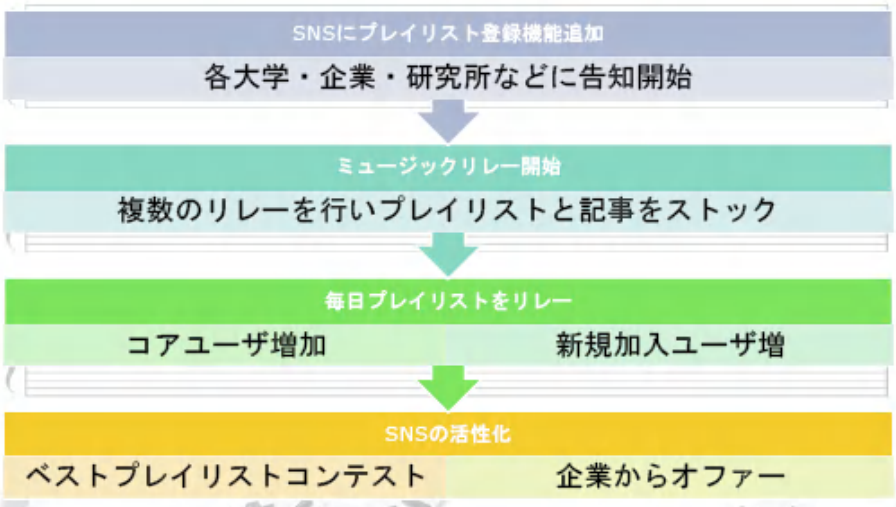
浪人博士の就活問題も解決！

- 企業から若手研究者へ仕事のオファーが来る
  - 現状は若手研究者から企業へ他の就活生と同様にエントリー
- SNSと音楽を通じて、研究はもちろんのこと、パーソナリティまでも知ってもらう
- 企業の研究者の記事や他分野の研究者の記事を読むことで視野が広がる

コンテンツ概要

- 公開プレイリスト
- 研究内容に関する記事
- リスト作成者プロフィール（元から登録されているもの）
- 写真
- 前回担当者と次回担当者
- プレイリストに対するコメント欄（SNS加入者閲覧可能）
- メッセージ送信欄（リスト作成者のみ閲覧可能）

アクションプラン



展望

- 採点機能をつけることによって、ベストプレイリスト、月間最優秀記事コンテストなどのイベントを行って盛り上げる
- 音楽の次はブックレビュー、論文要約など、よりアカデミックな内容も取り扱う
  - 専門分野の最先端のトピックを紹介してもらえられれば、偏りがちな視野を広く保つことができる
- アフェリエイトによる運営資金供給

疑問を解決

- プレイリストだけが活性化してしまわないか？
  - 研究に関する記事も併せて表示するので、最先端の技術に触れられる
- 企業のメリットはあるのか？
  - 研究者の人材バンクが増加し、かつ、日替わりで研究者が紹介されるので企業にマッチする人材と出会う機会が労せずして得られる

参考文献

- 音楽配信を変える公開プレイリストとは？（http://focus.allabout.co.jp/contents/focus_closeup_c/net4biz/CU20060428A/index/）
- プレイログ（http://playlog.jp/）

感想

- SNSを一見しての感想は以下のようなものでした。
  - 普段使うことがなさそう
  - 研究などまじめなことしか書けないのでめんどくさそう
  - 加入のハードルが高く、継続して使うメリットもなさそう
- 新規加入ユーザを増やすために、コアユーザを増やすために、みんなが気軽に毎日アクセスでき、かつ、交流できるような仕組みを考えました。

UCEEでナビゲート！

～研究室選び支援機能の提案～

●背景 –“研究室選び”の現状分析–

イメージと違う?

こんな声を、研究室の学生からよく聞きます。これは研究室の情報公開不足が一つ要因であると思われます。現状のHPによる情報公開のみに頼った方法では、HPが存在しない、更新頻度が低い、技術的な内容に始終しているといったことから、研究生の現状や生の声を得ることが難しくなっています。

他大学という選択肢

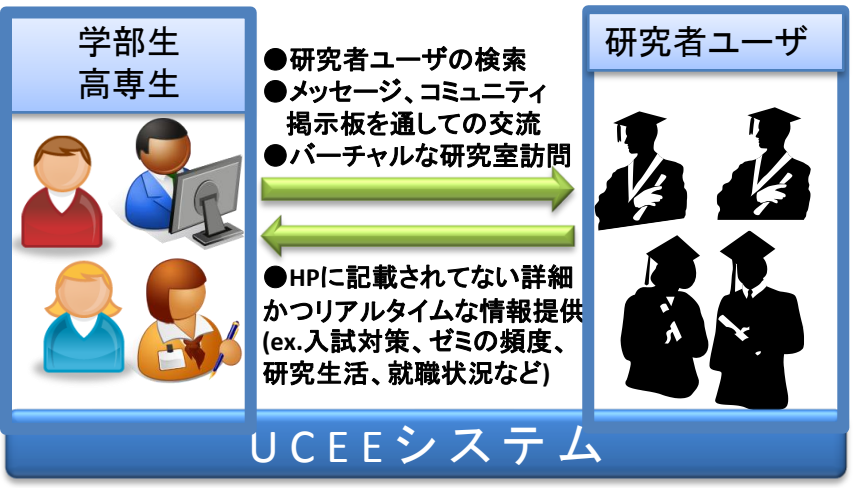
現在、大学間の学生の流動性は非常に低くなっており、九州大学では他大学進学者は5%未満です。学生はよく知らない他大学の研究室へ行くリスクを嫌う為です。しかし、他大学へ視野を広げれば自分の興味により合致した研究室がある可能性があります。これは非常にもったいない機会損失と言えます。

減ってゆく学生

今後、日本の少子化は急速に進んでいくと考えられ、大学は学生数の確保が益々困難になっていくと思われます。学生数確保のためには、大学側の積極的な情報公開と学生の勧誘活動が必要不可欠になってきます。

●UCEEだからできること！

研究室へ入りたい学部生や高専生と、在籍中の研究者間でのコミュニケーションプラットフォームを提供する！



●ユーザー数増加の作戦

ユーザ数を増やすためには、UCEEの認知及びUCEEを使用する強力な“動機付け”が必要です。学部生・高専生に関しては情報獲得という動機があるので、研究者ユーザ側の情報提供を如何に行ってもらうか？がカギとなります。

●高専の進路指導教員へのアプローチ

高専の学生以上に、その進路指導教員は大学の研究室情報を欲していると考えられます。そこでまずは、高専の教員向けにUCEEの活動を告知し、高専の学生への利用を促します。さらに、同じ高専出身の研究者ユーザとの交流の場として使用してもらうことを提案します。

●他の大手SNSサイトのコミュニティを活用

mixiやGREEなど、すでに多くの会員数を有するSNSサイトのコミュニティを利用してUCEEを告知します。大学編入を目指すコミュニティ、各大学の専攻のコミュニティなどには情報感度の高いユーザが多いと考えられます。

●システム導入へのステップ

●研究室検索＆推薦システムの提供

- 研究者ユーザは、所属研究室名までプロファイル情報に登録します。
- 大学名、専攻分野等で研究室を検索でき、企業とのつながりや所属ユーザの研究内容等のプロファイル情報を観覧することができます。
- 自分のプロファイルに合致する研究室をシステムが推薦してくれます。

●コミュニケーションシステムの提供

- 学部生、高専生は該当研究室に所属するユーザーに対してメッセージを送信します。(もしくは研究室単位のコミュニティ掲示板に書き込みます)
- 研究者ユーザは学部生、高専生とメッセージ、チャット、掲示板等を利用してコミュニケーションを行い、研究室の詳細情報を提供します。

●アクセス解析、多機能CMSの提供

- 研究者ユーザ側は、研究室を観覧した学生のアクセスを解析し、どのような関心をもって訪れたかを分析できます。
- 研究室に関するコンテンツの容易な提供を実現するため、多機能CMS(Content Management System)を提供します。

●期待される効果

●最適な研究室選びをサポート

UCEEを通じて、学部生・高専生と様々な大学の研究者ユーザ同士が直にふれあい情報交換することで、自分に最適な研究室を探せます。また、海外からの留学生へも情報を提供できます。

●UCEEは全国規模の仮想的な大学院へ

本システムにより、専門分野での絞り込みによる大学横断的な研究室検索が可能となります。これにより学生には全国各地への多様な選択肢が提供され、大学間の学生の流動性は大きく向上します。

●UCEEのユーザ数はさらに増加

“UCEEを利用した研究室選び”の事例が増えることで、各大学(研究室)を運営する人間が学生数確保のため、同大学内の研究者に対してUCEEへの参加を促すことが期待できます。

〒819-0395 福岡市西区元岡744
九州大学大学院 システム情報科学府 情報工学専攻
社会情報システム工学コース(QITO) 修士2年 末松慎司

QITO

UCEE ネット活性化アイディアコンテスト

- 提案者　株式会社フォリフ　竹田隆治　博士（情報学）

企画名　　（WWW の特性を利用した研究成果の公正な評価と高速なフィードバックを促すためのシステム）

本企画案の該当テーマ

① UCEE システム面白化大作戦（UCEE システムの使い方の新提案？）

② UCEE システムとずっといっしょ大作戦（UCEE システムマニア創出大作戦）

⑤ NPO 法人 UCEE ネットでの学生活躍の場

概要

本企画は現代の情報環境を用いて古典的で原理的な研究の姿を踏襲しつつ、研究成果の共有と実社会への実用化を高速に行うことを目指す。

研究成果の評価を web 上で”公開”で行い、被評価者だけではなく評価をつける者の評価も合わせて行う。

具体的プロセス

Ⅰ　研究者が何らかの**研究成果**を UCEE システムを用いて公表する。

研究成果とは、すべての研究的の成果であり、研究者が**研究成果**であると言い張っていさえすれば構わない

- 公開する際に研究分野タグをつける
- 形式はどのようなものであっても構わない
- **研究成果**が研究者の著作物でありさえすればよい
- 公開日時のタイムスタンプを UCEE が保障

Ⅱ　**研究成果**に対して UCEE ユーザが評価をつける

- 研究分野タグに対応した査読者は自動的に（10 人以上）選択される
  - ✧ 査読者の経歴やレベルには関係なく、ランダムに選択される。
    - ● 学部レベルの者に対しては研究者としての責任を教育させる意味もある
  - ✧ この査読者には評価が義務付けられる
    - ● 査読拒否は可能である。その場合、拒否理由は査読者のユーザ情報の方で公開される。
  - ✧ この査読者に限っては、査読者が特定できない程度の情報のみを公開する
- すべての UCEE ユーザは研究分野に一切関係なく、すべての**研究成果**に評価をつけることができる
  - ✧ この公開評価を行ったユーザ情報はすべて公開される

- **評価指標**

いわゆる総合評価という得点は付けない。それは大量の情報を捨てる行為であり、絶対にしてはならない。
以下の各項目に 10 段階以上で得点をつける。5 段階程度の大雑把な評価であってはならない。

- 新規性（総合）
  - 新規性がある部分（評価者が記述）
  - 新規性がない部分（評価者が記述）
- 有用性（総合）
  - 有用性が期待できる応用例（評価者が記述）
- 正確さ（総合）
  - 正確である部分（評価者が記述）
  - 正確ではない部分（評価者が記述）
- 構成と読み易さ（総合）
  - 構成が良い部分（評価者が記述）
  - 構成が悪い部分（評価者が記述）
- その他
  - 何でも自由に記述してよい

Ⅲ　評価結果はすべて公開される。
※誰がどのように評価したのかの情報が全て公開されている。
研究成果とこの評価結果は UCEE ユーザに限らず、すべての人間が閲覧することができる。

Ⅳ　どのような評価結果となっても、**研究成果**の扱いは研究者に委ねられる。

本システムを効果的に機能させるための課題

- 参加者の量と幅と深さ

ユーザの数が十分に多いこと、レベルが高い（とされている）ユーザが多いこと、幅広い研究分野のユーザがいることが必要不可欠です。

- UCEE システムの改変

具体的プロセス中に先に記述しましたが、ユーザ情報と評価結果は UCEE ユーザ以外でも閲覧できなくてはいけません。

本システムの成功による影響

- 研究成果の公表とフィードバックの高速化
  論文誌投稿など、成果の評価に何ヶ月も時間がかからなくなります。
  何より、すべての研究成果は公開され、日の目を見ることのない研究はなくなります。
  研究者は機会を気にすることなくいつでも研究成果を公開できます
  研究者は他の研究を批評できます。
- 研究成果の実用化、社会への還元の高速化
- 研究評価のオープン化
  不当に高い評価、低い評価を受けている研究について、原因を追及できます。
- 研究成果の公表に要する費用の低減
  学会運営費（特に人件費について）を大きく削減できます。

問題意識

- 研究者同士の馴れ合い談合体質の払拭
- 密室評価体制の払拭
- 教授―学生の研究に関する依存体質の払拭

UCEEシステムとずっといっしょ大作戦
(UCEEシステムマニア創出大作戦)

研究ヒヤリハット
データベース化

災害や事故・貴重なデータの消失は
目の前にある

東北大学 工学研究科化学工学専攻三浦研究室
齋藤 泰洋

ファイルの消去

- 事象
  - 計算機(Linux)上で2週間かけて作成中であったソースコードのディレクトリをディレクトリごと消去した
    - rm -rf directory
- 解決策
  - ゴミ箱のようなコマンド(一旦別のディレクトリに移動させる)を作成し，rm(消去)コマンドを置き換えた
    - そもそも消去すること自体を難しくした
  - バージョン管理ソフト(CVS)を導入した
    - バックアップを簡単に取れるようにし，消去してもすぐに戻せるようにした

ベンゼンの漏出

- 事象
  - 実験装置に供給していたベンゼンが逆流し，流量計から漏出
    - 原料供給をすぐ停止したものの，同室していた他の防毒マスクをつけていない実験者をすぐに退出させた．
- 解決策
  - 安全マニュアルの設置
    - 共同研究者と手順を確認し，常にマニュアル以外の作業は行いことを徹底した
    - ベンゼンの流量計を定期的にチェックし，逆流を早い段階で検出できるように徹底した
  - 常に防毒マスクを徹底
    - 最悪の想定を常に考え，同室者に防毒マスクを配備

ヒヤリハットデータベース

- 実験や計算を実際に実行するのは研究者自身
- 研究者は常に安全に配慮し，未然に危険を回避する能力を持たなければならない
- 自分自身の研究に支障を来すだけでなく，系全体もしくは大学・研究所に多大な影響を及ぼしかねない
- 今後の解決策を自身も示すとともに他の人の意見も取り入れ，より安全な環境での研究遂行のための改善を図る

UCEEネット活性化アイディアコンテスト

“あき”と言えば･･･

UCEEネット杯

(5.NPO法人UCEEネットでの学生活躍の場)

上原遼士
北海道大学大学院工学研究科
uehara@mech-hm.eng.hokudai.ac.jp

目的

- 全国或いは地域規模で学生と企業と教員の運動会を企画!!
- 学生と企業が混合して，競技を行う
- 学生と企業のコミュニケーションの場を作る
- 学生に運営を任せ，学生の企画力を向上，さらにそれを売り込むチャンスを与える
- 企業説明のためのブースを設け，学生に売り込みを行う

概要

学生と企業と教員を繋ぐ

It’s a 運動会

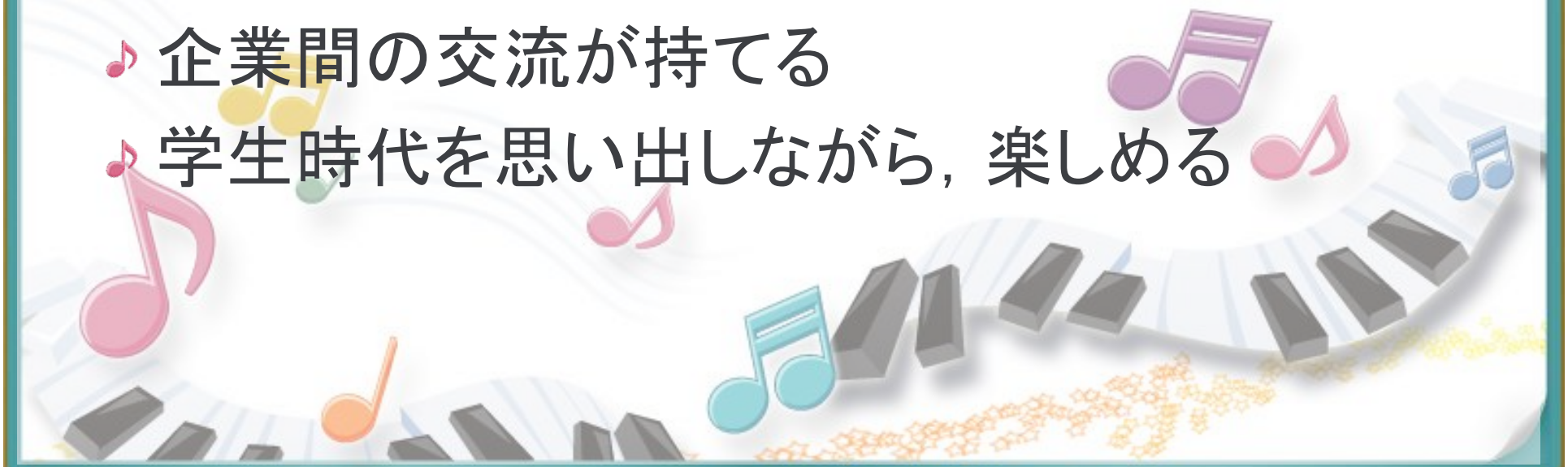
- 全国或いは地域規模で運動会を企画!!
- 運動会の昼休みには企業説明などを行う
- 優勝チームには豪華賞品を贈与(交通費まで支給!?)
- 運動会終了後は懇親会を盛大に行う

メリット(学生側)

- 学生がUCEEネットに参加するきっかけを与えられる
- 企業に顔を覚えてもらう
- 企業との接点を作ることができる
- 他大学，他分野の人，学生，教員と親交が持てる
- 体を動かせ，盛り上げられ，楽しめる

メリット(企業側)

- 学生と触れ合うことができる
- 学生を観察する機会にもなる
- 企業内の団結力が強くなる
- 企業の雰囲気が明るくなる
- 企業間の交流が持てる
- 学生時代を思い出しながら，楽しめる



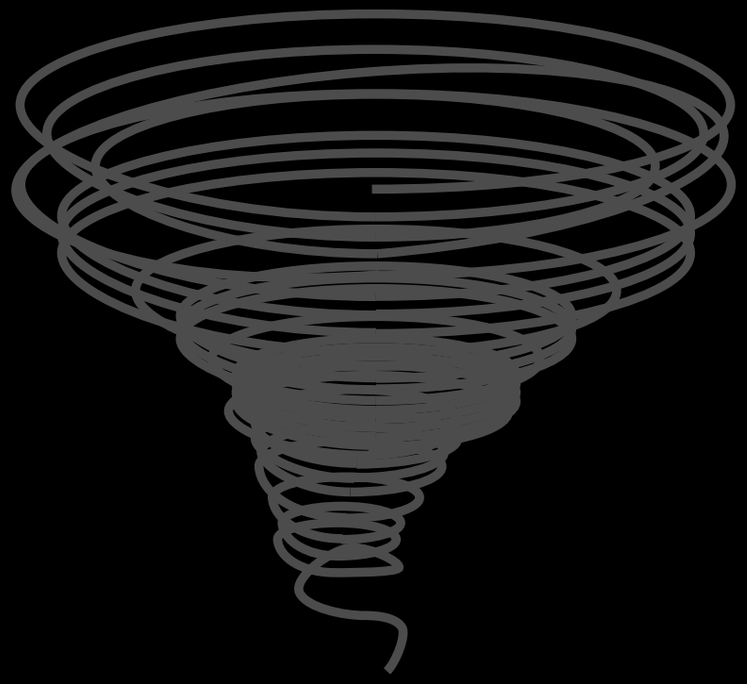
やっぱり秋には

運動会!!

UCEEネット活性化アイディアコンテスト

Ph.D.総合研究所
~博士学生によるコンサルティング~

池田和人 松下和弘 古瀬達彦 山本景子
大阪大学 大学院基礎工学研究科



問題意識

「博士の雇用問題」

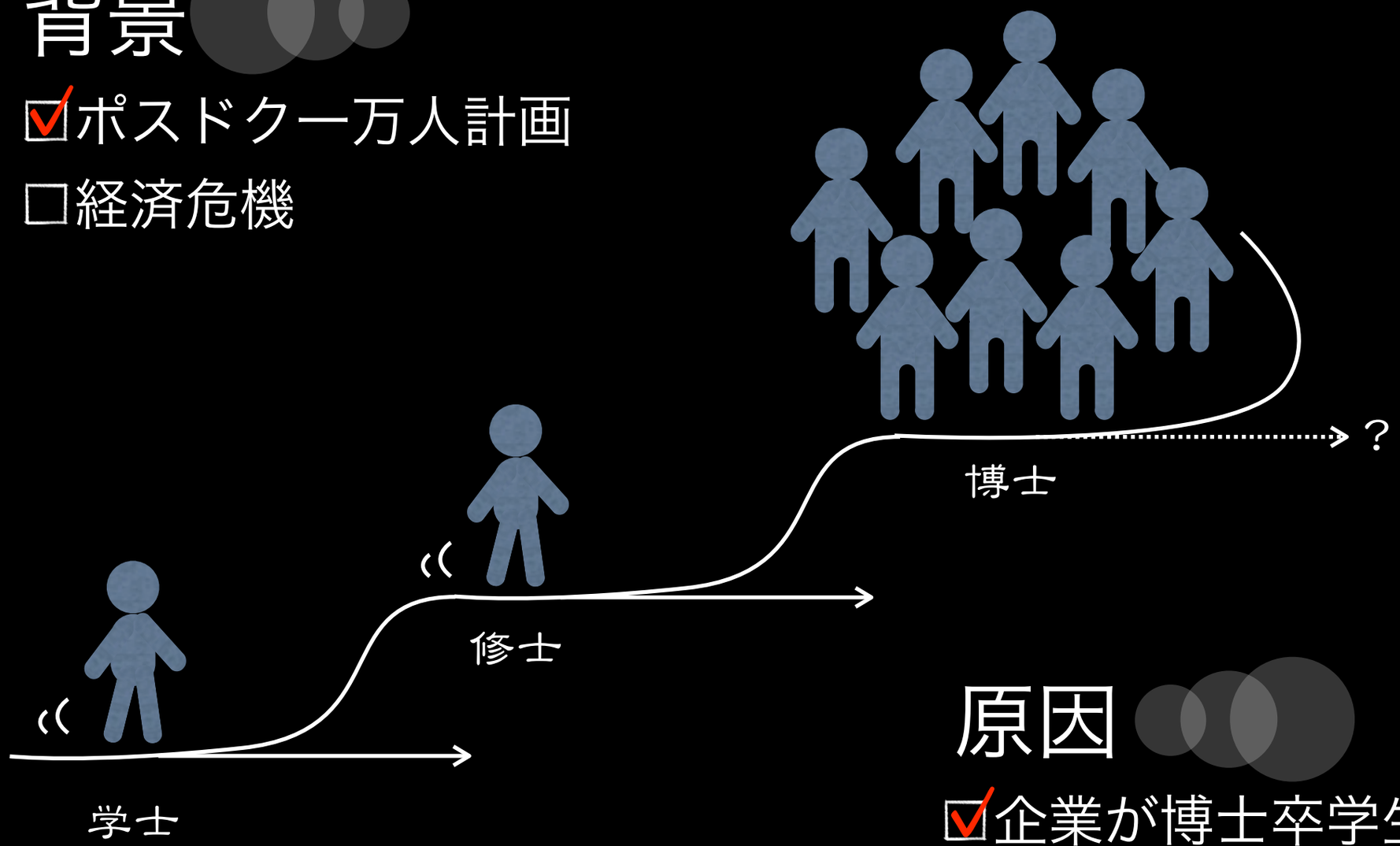
　UCEE システムには，多数の博士学生および博士卒研究者の登録がある．また，それを雇用する立場である企業等のデータベースも充実している．これらの膨大なデータベースを利用して，求人情報の提示やユーザや論文・文献検索，コミュニティなどの機能が提供されている．これらを有効に活用することで，現在問題となっている博士の雇用改善を目指したい．

博士の雇用問題

背景

☑ポスドク一万人計画

☐経済危機



原因

☑企業が博士卒学生の価値を理解していない

☑博士卒学生のアピールの場が少ない

☐アカデミックのポストが少ない

提案
「博士学生によるコンサルティング」

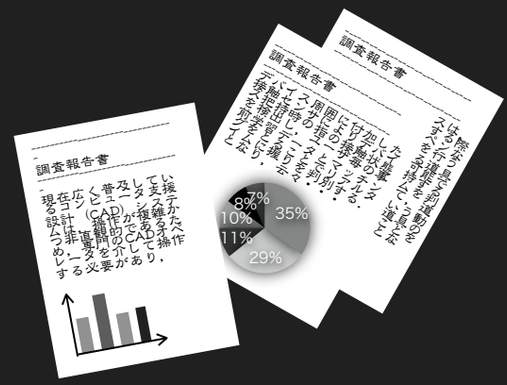
　先の問題に対して，システムの現状を見る限り，単にデータベースの充実や検索機能の改善を行うのみでは足りないと考える．そこで，学生が自らの能力をアピールする場として，博士学生がUCEE ネットを活用して企業コンサルティングを行うことを提案する．このコンサルティング活動を通して学生がアピールすることで，企業が博士学生の価値に気づき，雇用問題も解決されると考える．

学生コンサルティングの内容

❶ソリューションの提供

例）
- 輸送経路の最適なルート算出のアルゴリズム
- イベント会場での顔検出による人数カウント手法

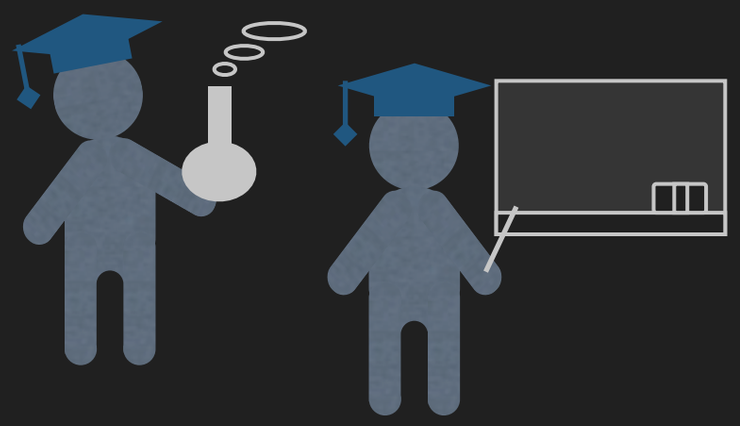
❷最新技術サーベイ・解説



例）
- ゲーム会社に最新触覚デバイスの研究を報告
- 世界最高峰の国際会議での発表論文の解説

❸学生自身の持つ技術の紹介や提供

例）
- 小中学校での科学実験イベントの提案と開催
- 言語系研究者による携帯／IT会社での言語系統に関するセミナー
- 法学系研究者による交渉術のレクチャー



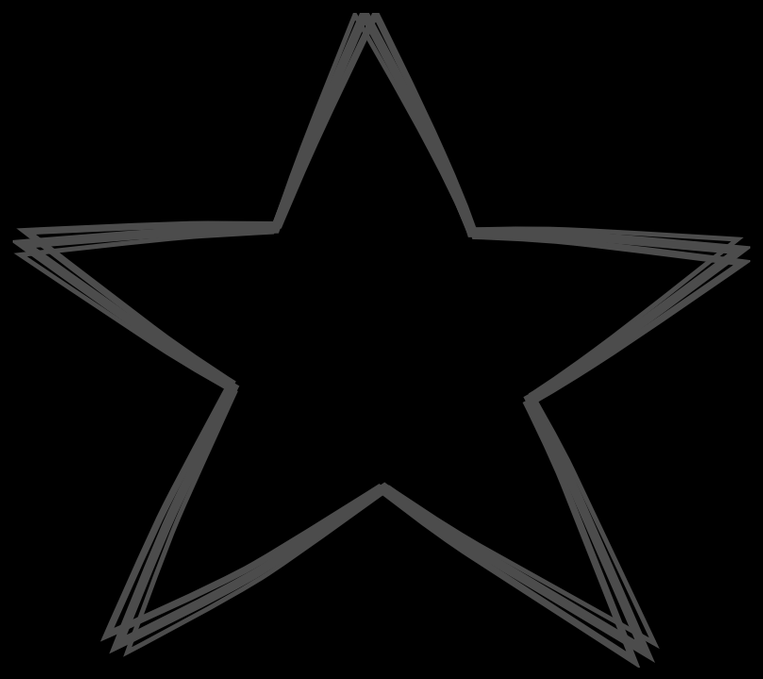
企業・学生双方のメリット

- ☑能力アピールの場となる
- ☑社会的な視点から自身の研究を見直すことができる
- ☑企業とのつながりができる

- ☑技術的な解決策を低コストで得られる
- ☑人材の確保
- ☑知的財産が増える

しかし・・・

1. ❶に関しては，所属分野によっては参加しにくい？ ⇨ 解決策①
2. 最初のクライアントの獲得は？ ⇨ 解決策②



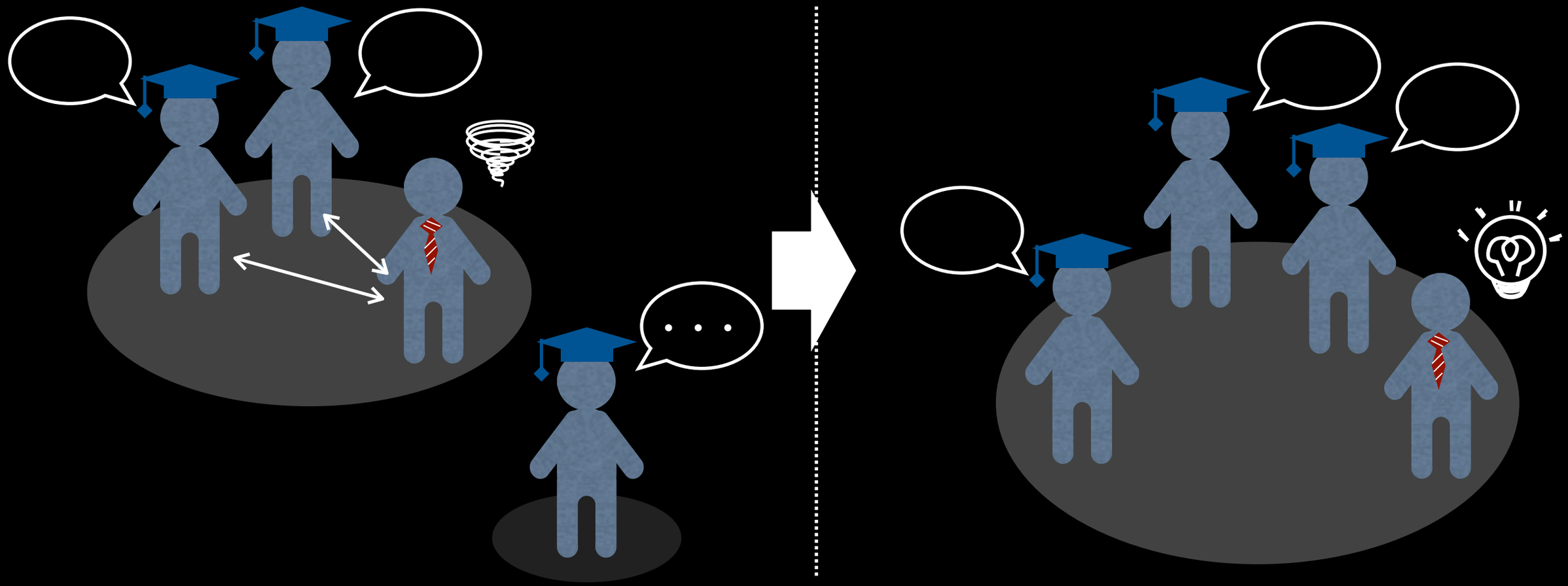
解決策①

「webを活用した全員参加型の掲示板」

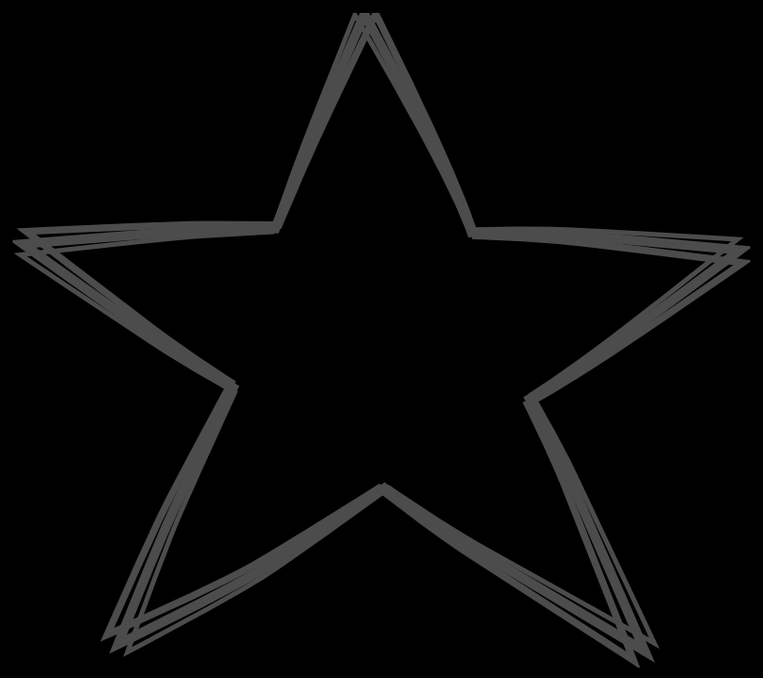
　企業が問題提起しやすい分野には専門分野の偏りが生じることが想定され，コンサルティングに参加できる学生も専門分野で偏ってしまう．そこで，掲示板を公開型にし，UCEE システム ユーザが誰でもコメントできるようにすることを提案する．これにより，専門技術を持たない学生からの書き込みも許容することで，関与できる学生の層を拡大でき，なおかつ問題に対して多視点からのコメントが得られる．

掲示板の活用

掲示板を利用し，機密保持等に関する利用規約を結んだユーザ全員に公開する



博士学生は高い技術力のみならず高い思考力を持つため，直接技術的に関われない学生も，閲覧・コメントできる環境を整備することで，多数の学生が関われる場を提供する．加えて，提供するソリューション自体にも様々な視点を取り入れられる，という利点がある．



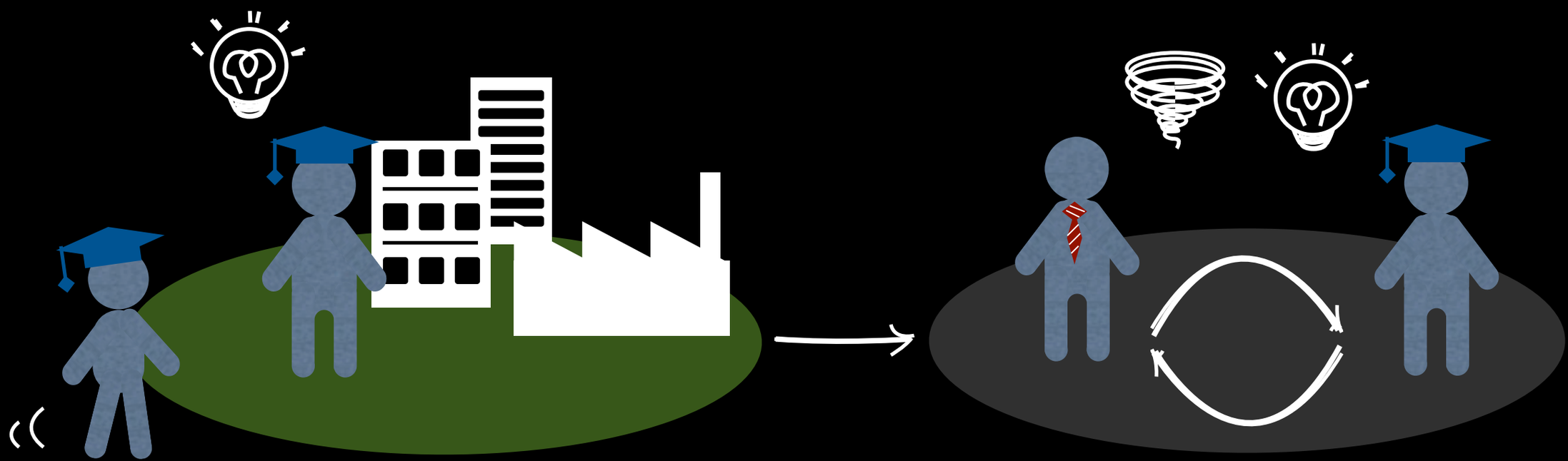
解決策②

「現場見学ツアー」

　今回提案した企業による問題提起とそれに対する学生の回答を書き込むためのweb環境は，現状でもコミュニティ・掲示板などとしてある程度整備されている．しかし，なかなか企業によって活用されていないのが実状である．そこで，博士学生自らが企業等の現場に見学に行く機会を設けることを提案する．これにより，学生が現場から問題の種を発掘でき，企業と学生間のつながりも強まると考えられる．

現場見学ツアー

問題提起する企業がなかなかでない場合に,



博士学生は高い技術力のみならず高い観察力・分析力を持つため，学生が実際に現場を訪問することで，企業側も気付いていない問題を発見したり，学生自身の新たな研究テーマの発見にもつながる．この見学ツアーをきっかけにコミュニティ・掲示板の活用も盛り上がると考える.

平成 21 年 6 月 12 日
九州大学大学院工学府
航空宇宙工学専攻
修士一年　梶本和利

UCEE 活性化アイデアコンテスト

③NPO 法人 UCEE ネットの HP リニューアル大作戦

現在の HP の問題点として以下のようなことがあげられる.

- ログインしないとトップページすら閲覧できない.
- 日常的に見る内容があまりない.
- TOP ページに興味のそそられる内容があまりない.
- ログインした後どのような行動をとってよいか分からない.

提案する内容

- 初めての人が来ても限定的ではあってもサイトの内容，UCEE がどのような組織であるかを感じられるようにログインしなくても閲覧可能にする.
- 日常的にサイトを見てもらうために，学生，企業，研究者などによるニュース速報の開設．内容として学生は学校での行事や，出来事，イベントの紹介，企業は新製品や，企業の業績，新役員就任による経営ビジョンの変化などの通常のニュースサイトでは取り扱っていない，UCEE に関連した密着型のニュースを取り扱う.

提案した内容を実行することによる利点

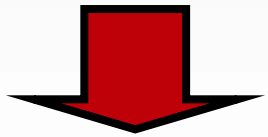
- わずらわしい設定や個人情報を書き込まなくてもサイトを閲覧できることによって，初めてサイトを訪れた人の警戒心を解き，実際に自分の目で UCEE ネットがどのような団体であるかを知ることができる.
- TOP ページにニュース速報を取り扱うことによって，日常的にサイトに変化が現れ，サイトを見る習慣が増える.
- 学生は興味のある企業のことをより深く知ることができ，また興味の無かった企業の新しい一面を知ることによって自分の将来の可能性を広げることができ，他にも他大学の様子などの興味を引かれる内容からサイトを閲覧する楽しみを提供できると考えられる.
- 企業側としては学生の自社に対する理解度，仕事に対する意識を開拓することによって自社に就職した社員の意志の統一化が容易であり，現在問題となっている早期転職に対する予防策にもなりうると考えられる.
- 研究者としても母校の懐かしいイベントや，現在の学生の考え方を知ることによってサイトを見る習慣がつき，他企業の情報を知ることによって自己の研究に対する

UCEEネット活性化アイディアコンテスト
「動画からヒロガル」

大阪大学　大学院
基礎工学研究科　システム創成専攻
システム科学領域　修士二年
小西哲平

対象となる応募項目

① UCEEシステム面白化大作戦
（UCEEシステムの使い方の新提案？）
② UCEEシステムとずっといっしょ大作戦
（UCEEシステムマニア創出大作戦）
③ NPO法人UCEEネットのHPリニューアル大作戦



これらに対応する提案をさせて頂きます。

背景

従来の意見交換の場

- 外部に自らの研究成果・アイディアを発表する場が少ない
  - 学会等に参加しなければならない
  - 発表には場所と時間を選ぶ
- 外部からのフィードバックを得にくい
  - 質問時間、参加者、学会等の分野に限りがある
- 論文のすべてに目を通すのは困難
  - デモムービーを見ないと理解が難しいものもある

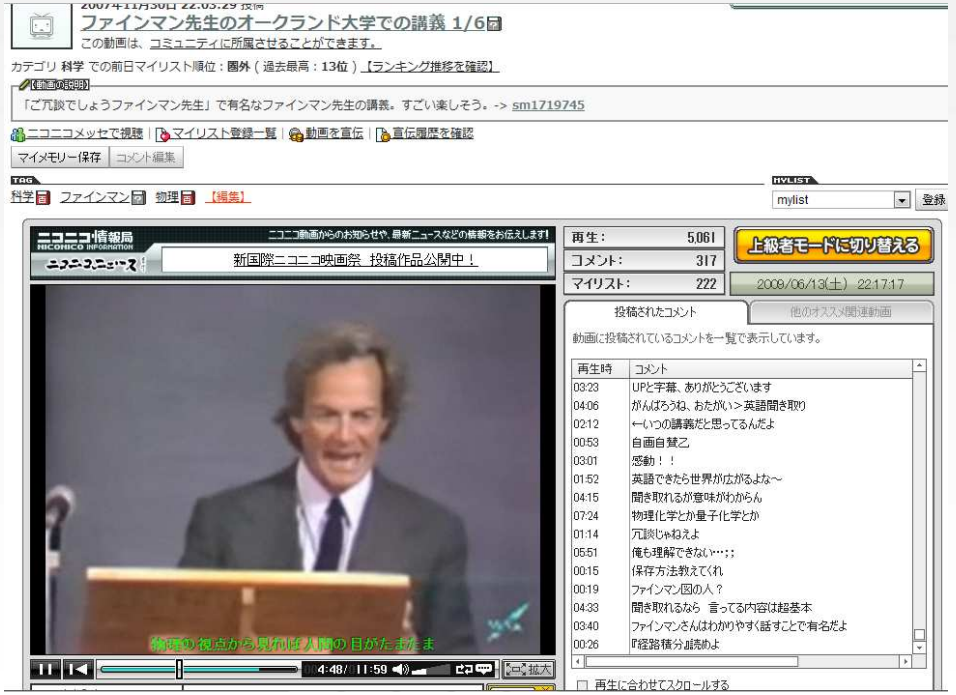
動画アップロードシステムによって解決

関連サイト

YouTube

世界最大規模の
動画アップロードサイト

ニコニコ動画



動画に対してコメントをつけられ
動画上に重ねて表示される

提案するシステム

動画アップロードページ

アイディア・研究発表
講義等をアップロード

アクセス数の多いものは
ランキングに入る

〇〇に関する研究発表 By 〇〇@□□大学

タグ：画像処理、位置計測

添付資料

pptなどの添付資料も
ダウンロード可能

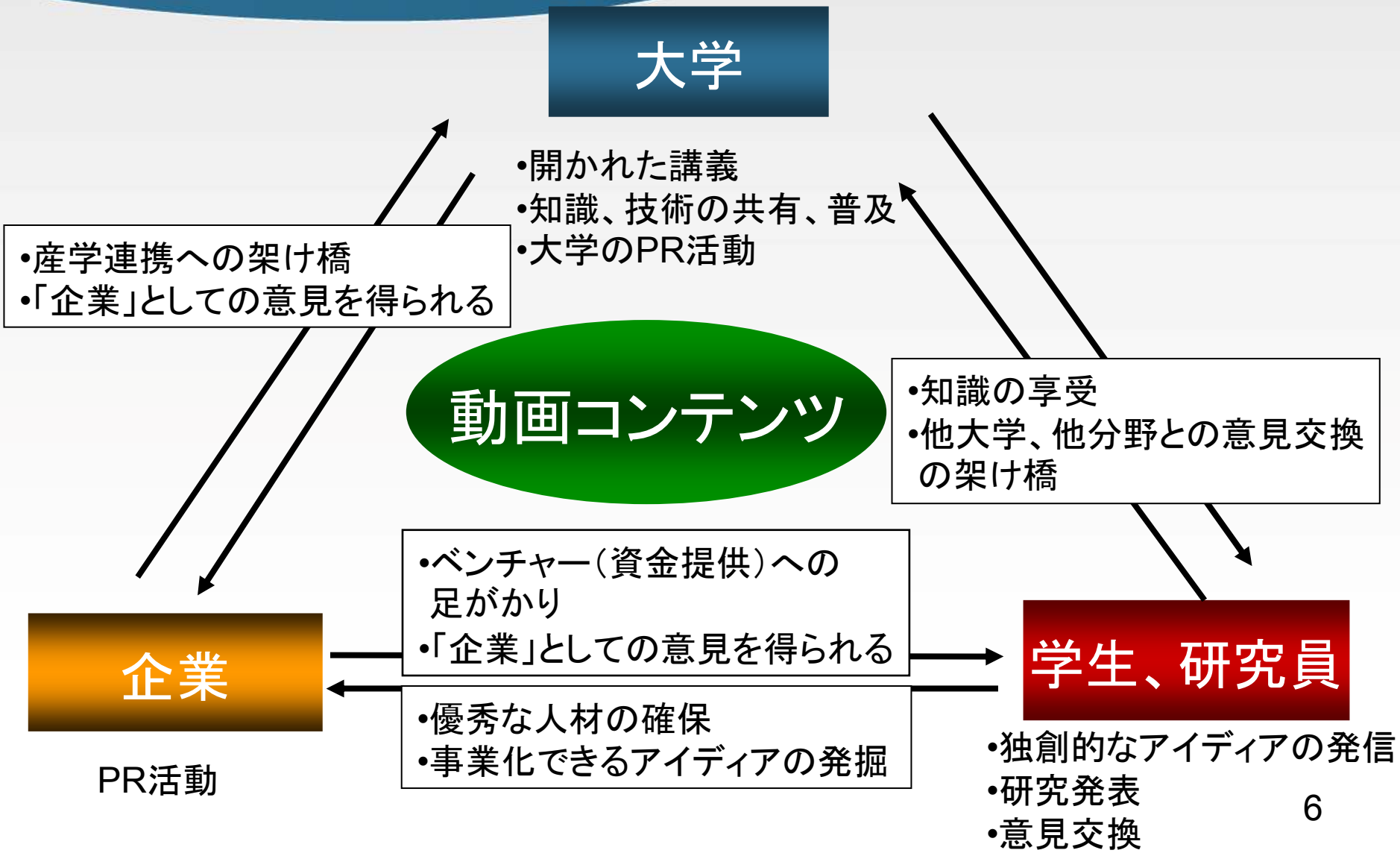
コメント者のページへリンクが
張られる。
動画提供者はコメントに対し
メッセージを送信可能。

画像処理で位置検出を行うよりも
慣性センサを使うほうがいいのでは？
By 〇〇 @△△大学

非常に興味のあるアイディアです。
事業化にご興味があるようでしたら〇〇まで。
By 〇〇 @ ××社

ユーザ達からのコメント

モデル図


大学
•開かれた講義
•知識、技術の共有、普及
•大学のPR活動
•産学連携への架け橋
•「企業」としての意見を得られる
動画コンテンツ
•知識の享受
•他大学、他分野との意見交換の架け橋
企業
•ベンチャー（資金提供）への足がかり
•「企業」としての意見を得られる
学生、研究員
•優秀な人材の確保
•事業化できるアイディアの発掘
PR活動
•独創的なアイディアの発信
•研究発表
•意見交換

提案するシステムの主な特徴

1. 簡単に研究内容やアイディア、講義等を
   発表できる場が持てる
2. フィードバックを分野にとらわれず多くの人から得られる
3. 知識、技術を普及できる
4. 新しいアイディア、優れた技術や人材の発掘が可能
5. PR活動に利用できる
6. アップした動画やコメントに対して名前が出る
   ので、責任ある動画アップロードやコメントが得られる

2009/6/14

九州大学大学院工学府
航空宇宙工学専攻
修士１年　澤田　健一郎

「UCEE ネット活性化アイデアコンテスト企画案」

(1) HP リニューアル&システム面白化案

ある一つ，もしくは複数の研究テーマをピックアップし，それについて議論を行う場を定期的に設ける．（単なる掲示板ではなく，HP の TOP に特集等の形でスペースを設け，HP にログインした人の目にとまるようにする.）このシステムの最大の利点は，定期的にこのようなイベントを行う事で HP に人が集まりやすくなるという点である．さらには研究者同士の議論を活性化させることが出来ると考えられる．特に議論を活性化させる事により，新たなアイデアの誕生，新たな研究テーマの発見等が考えられ，人を集めると同時に研究者を育てるという意味でも非常に有効な手段であると考えられる．なお，ここで議論の的となる研究テーマは，個人が対象としている研究テーマでもよいし，最近話題になっているニュース及びに最新の技術等でもよいと考えられる．定期的に行うという事が非常に重要で，議論を行う対象を変える事で様々な議論が行え，ニュース等の対象によっては理系と文系の相互の意見が聞ける可能性もあり，活用の仕方によっては非常に面白いイベントになるであろうと思われる．

(2) システム面白化案

UCEE 独自のロゴマークを創造．どこの企業や大学にも見受けられるような，その団体を表すロゴマークをデザインする．ロゴマークはその団体の印象に大きく影響を与えると考えられ，現状のロゴマークがない状態よりはロゴマークがあった方がより人の記憶に残りやすく印象も良いと考えられる．

(3) HP リニューアル案

文献情報のブックマーク機能．研究者がテーマ別に文献情報をブックマーク出来るようにすることで，文献情報の整理がより簡易になる．さらには，それらを公表し，コメントできるような場を作ることで，研究者間での情報交換という意味でも非常に有意義であると考えられる．

(4) 学生活躍案

研究者間を横断したプロジェクトを結成する．個々の研究者の知識を結集させて何かの

プロジェクトに挑むというのは非常に面白いと思います．特に大学を横断して一つのプロジェクトに取り組むというのは今までに滅多にないと思われるので非常に有意義であると思います．UCEE としての活動の PR にもなると思います．

システムや取り組み自体は非常に面白いと思うのですが，非常に知名度が低いと感じられます．まだ始まったばかりであるからだと思いますが，大学を通じて学生への周知を行えばより一層人が集まり UCEE の活性化につながると思います．ここでの周知はメール等ではなく広告（印刷物を配布）を用いた周知が良いと思います．（エコではないですが）メールは非常に便利で良い広告手段だと思いますが，一番初めに UCEE について興味を持ってもらう事に関してはパソコン上ではなく実際の物である方が目にとまりやすく興味がわきやすいと思います．

知識レバレッジ促進に向けた UCEEネットの活性化戦略

アイデアプラン

4th July 2009

Ryoichi KUSAMA (草間 亮一)

Design System Laboratory

Department of Mechanical Engineering and Science,
Graduate School of Engineering, Kyoto University
京都大学　工学研究科　機械理工学専攻　機械システム創成学研究室

この資料は、京都大学工学研究科機械理工学専攻機械システム創成学研究室の関係者のみによって使用されるものとします。
この資料のいかなる部分についても、本研究部門の事前の書面による承諾を得ずに、回覧・引用・複製、あるいは配布してはならないものとします。
© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

概要

- 日本全国の約20万人の研究者と，無数の研究者候補生たちをUCEEEシステムを用いて活性化
- 研究者同士の有意義な「出会い」を促進することで，研究者の生産性を何十倍にも高める

	Daily useに浸透	研究サポート機能を強化	マッチング機能を強化
機能の拡充	• 無償の研究室グループウエア – メーリングリスト – カレンダー共有，プロジェクト管理 – 文献管理・共有 – 研究進捗報告（つぶやき週報） – Podcast, RSSの共有	• 研究活動ポータルサイト – 研究動向マップ – 各分野の権威者マップ – 研究室間交流，イベント情報共有	• 研究人生ポータルサイト – 紹介による就職・転職支援 – 技術シーズとニーズのマッチング – 研究アイデアの洗練
広報活動	• オンラインサイエンスカフェ • 研究の仕方講座 • プレゼンテーション講座 • 大学の事務と連携	• Read*との連携 – 全研究者の研究分野や執筆文献を登録 • UCEEEネット登録者を用いた統計調査	• Readとの連携 – SNSの活用による異分野統合の推進，新領域の開拓

* 研究開発支援総合ディレクトリ（ReaD）とは独立行政法人科学技術振興機構が運営する国内の大学・公的研究機関等に関する機関情報、研究者情報、研究課題情報、研究資源情報を網羅的に収集・提供しているサイト　http://read.jst.go.jp/

© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

現状

- 現状の登録者数と利用状況*
  - 教員　175名，研究者/学生　855人
  - 月間PV数*：データ無（仮登録者数1879人，本登録者数1034人という状況より，相当低いことが予想される）

- UCEEネットの活性度 = ユーザー登録数 × PV数
  - 研究活動サポート，及び，研究人生サポートのためには，日本の研究者の圧倒的なカバー率と利用頻度の高さが必要
  - 先ず，研究室の日常業務に必要なグループウェア機能を提供し，ブラウザのホーム画面をUCEEシステムにしてもらう

* 2009年6月現在

© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

Daily useに浸透

- 既存のグループウェアの機能を無償で提供し，UCEEネットに乗り換えてもらう

- 研究室のDaily useに浸透するために必要な機能
  - メーリングリスト
  - カレンダー共有，プロジェクト管理
    - カレンダー毎に詳細な共有・公開設定ができ，共同研究先や，別研究室と予定を共有できる
    - 大学事務と連携し，ガイダンスや授業などの予定も組み込む
  - 文献管理・共有（すでにUCEEネット内に存在）にPodcastやRSSの共有機能を付加
  - 研究進捗報告（つぶやき週報）
    - Twitterと連動し，少ない文字数ではあるが，研究の進捗を報告機能を付与する

- 広報
  - オンラインサイエンスカフェ
    - サイエンスカフェへのオンラインでの参加
    - その分野の権威の研究者へのインタビューを録画し，いつでも視聴できるように
  - 大学の事務と連携
    - 学会，イベント情報などを一元管理するポータルサイトとして利用してもらう

* PV数： Page View数とは，ある一定期間の間にどれだけそのページが見られたかを表す．一般的に滞在時間や3日以内にそのサイトを利用する率（アクティブ率）と合わせて，そのサイトの利用頻度を計る際の指標となる．例えばmixiの場合，ユーザー登録数は1,300万人，月間PV数は約70億回，アクティブ率は約60%である

© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

研究サポート機能を提供

- 研究サポート機能により，研究における無駄な「探索」の時間を削減という付加価値を提供

- 各分野の権威者マップ
  – 各分野で権威言われる先生を自動で抽出して提示する

- 研究動向マップ（Scopusと連携）
  – 自身の分野で権威の先生を登録し，その先生が発表・引用・被引用した論文をRSS配信
  – 自身の分野で権威のあるジャーナルに投稿された論文をRSS配信

- 研究室間交流，イベント情報共有
  – 学会，就職説明会，交流会などのイベントで，自分に関連があるもの自動推薦

- 広報
  – Readとの連携
    - 異分野統合の推進，新領域の開拓のため，全研究者の文献情報や研究分野を登録
    - カバー率を上げることで，ネットワーク外部性をもたらす
  – UCEEネット登録者を用いた統計調査
    - UCEEネットに登録している研究者を対象に統計調査を行い，それをネット上の記事として配信する．調査者として記事上に記載されたUCEEネットの名前を認知してもらう

© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

マッチング機能を提供

- 研究者のマッチング，研究者と雇用企業のマッチング，ニーズと技術シーズのマッチングを提供
  （LinkedIn*とInnoCentive**を統合させたイメージ）

- 研究者のマッチング
  – 普段会う機会は全くないが，実はテーマが近い人同士を引き合わせる

- 研究者と企業のマッチング
  – 研究活動の全履歴と成果を公開し，さらに紹介（文）によりその人の能力を担保する

- 技術のマッチング
  – テキストマイニングにより，より精度の高いマッチングを提供する

- 広報
  – Readとの連携
    - SNSを活用した転職情報の提供を行い，人材の適切な流動性を確保する
    - 紹介という人的保障を併用することで，ミスマッチを防ぐと同時に，人材の探索コストを削減
    - 人材紹介だけでなく，技術シーズとニーズのマッチングもサポートする

* LinkedIn：http://www.linkedin.com/ ビジネスに特化したSNSサービスで，レジュメ（職歴・履歴）をアップして人と繋がることに主眼を置いた使われ方をする
** InnoCentive： http://www.innocentive.com/ 解決したい課題を持つ企業が，課題を登録して，それを解決した研究者に報酬を払うサイト

© 2009 Design System Laboratory All Rights Reserved

２００９年6月１４日

UCEE ネット活性化アイディアコンテスト応募

東京大学工学部応用化学科４年　久保利翔

1. UCEE システム面白化大作戦（UCEE システムの使い方の新提案？）
    1. コミュニティ活用のアイディアとか、どんな機能を追加すると面白いとか、多くの人が集ってくれる方法について提案してください。

案を箇条書きにして記述します。

- 研究生活上の悩み・疑問（博士を取ろうか就職しようか悩んでいる・○○法の実験が上手く行かない）などを投稿すると別の人がそれに対して回答できるような仕組みを作る。UCEE システムの理系人材ネットワークをもってすれば、多数の有用なアドバイスが返ってくるものと予想される。また、回答に達成感を伴わせるため質問者が回答者を評価できるシステムを作る。これにより回答者はある種の満足感を得て、回答者は評価の高い人間の返信ほど信頼できるという指標を得ることになる。また、一月あたりの質問できる回数に制限を設けて評価が高いほどその回数が増えるようにする。これにより回答する別のモチベーションを与え、それは質問、回答数の上昇を促しコミュニティの活性化に繋がる。
- 自分の研究分野に関連するキーワードを登録しておくと、Nature や Science などの雑誌にキーワードと合致した論文が載ったときに知らせてくれるアラート機能
- 検索した論文を WEB 上で登録し後で引用論文リストを簡単に作れる機能
- 自分の興味のある仕事分野を一覧から選んでおくと、それと合致した求人情報が載ったときに知らせてくれるアラート機能
- UCEE システムに求人情報を登録してある企業にインタビューを行った記事を定期的にサイトにアップロードする。その会社の魅力、社史、どういう学生を求めているのかなどを記事に掲載する。
- 自分の好きな求人情報を登録できるお気に入り機能、説明会の日程やエントリーシートの締め切りを登録できるカレンダー機能
- 求人企業ごとにスレッドを立てられるようにして会員同士で情報交換ができるようにする。不適切な発言も書き込まれるかも知れないが、クリック一つで管理者に通報できるようにする。
- 設定画面から設定を変更することで携帯電話でも閲覧できるようにする。ちなみに大手 SNS mixi の閲覧比率は 2008 年 3 月時点で携帯が 60%

UCEE　NET　Crown　Events 企画書

東京大学大学院工学系研究科システム創成学専攻
修士１年　植田 拓也
東京大学工学部システム創成学科知能社会システムコース
学部 4 年 アグチバヤル・アマルサナー

[タイトル]「研究情報プラットフォームとしての UCEE システム」選択番号　①

[背景]

mixi の爆発的普及に代表されるように、日本でも SNS の果たす役割は大変重要なものとなっています。

しかし、現在日本の SNS の利用者数の伸び率は低下してきており、伸び悩みの局面を迎えていると考えられています。むやみやたらに SNS を作れば成り立つという時期は終わったといえるでしょう。これからは、それぞれが必要な情報や仲間が得られる、特化型 SNS が求められてきます。その観点から、今回の研究者特化型 SNS である UCEE システムは大変有望な可能性を秘めています。

今回私たちのチームが提案させていただく企画のコンセプトは

「分からないことは、分かる人に聞こう！」です。

研究を始めたばかりの学生や、新しいことを始めようとしている研究者は分からないことだらけだと思います。その際、分かる人がすぐ近くにいて、大変助かったという経験はだれしもあるはずです。また、その分野に精通している研究者はしばしば、自分の専門分野について、誰かに話したい、教えたいという根源的欲求を持っているものです。

この give and take の関係をより快適に実現させることが今回の企画の目的になります。

[内容]

今回の企画において、鍵となるのは以下の二点になります。

・研究者の専門分野や興味のある分野をキーワードで表す

・研究者のページを充実させる

研究者は自らの専門分野を論文などで表現します。しかし、論文のタイトルは難解な表現を多用しており、その論文にいったいどのような分野のことが書かれているのかが分からないということがしばしばあります。そこで、今回は**研究者の専門分野をいくつかのキーワードを用いて表現**することにしました。具体的には、研究者が自らキーワードを設定し、自らにタグ付けします。さらに、その研究者の SNS 内での行動履歴を元に、その研究者が興味関心のあるキーワードを研究者のタグに追加します。これにより、研究者が意識していなかった潜在キーワードもタグ付けすることが可能となります。キーワードを研究者個人に付けることにより、**知りたい分野に詳しい人をキーワードで検索することが可能**となります。さらに、研究者にキーワードを推奨するシステムも組み込むことも可能に

なります。これは、検索時などに他の人はこういう単語で検索しています、という情報も行動履歴の蓄積から可能になるためです。

　また、訪れた研究者のページが内容のないものだと意味がなくなってしまうため、**研究者のページを充実させること**も重要になります。研究者は、専門分野の論文のリンクを貼ったり、気になる記事をスクラップしたものをページに掲載するなどして、自らのページを充実できるようにします。これは、研究者のメモ代わりとしても活用可能となり、研究者の継続的利用にも繋がってきます。また、研究者のスカイプ ID を掲示することで、実際の交流も図れるようにすることも可能です。

UCEE ネット活性化アイディアコンテスト応募

企画案件「Bookmarker」機能の構築について

09 / 06 / 14

発案者：大阪大学大学院工学研究科　當代光陽

UCEE ネット活性化に向け応募者が立案したアイディアは簡潔に説明すると書物(一般的な小説、大学での教科書および専門書、論文などほぼ全ての書物を対象ととらえている)について自分が思っていることや、発信したい内容を UCEE ネット内にて多くの人と議論したり、本の内容について紹介したりするものである。

すでに、インターネット上では本のレビューを書き込むサイトが存在しているため、本案件を提案するに至った応募者の考えと、本案件がそのような類のものとどこが違うのかについてまず述べる。

まず、本案件は UCEE ネットの目的の一つは Engineering Education であることや、多くの活用者は工学系の学生や企業で従事している人、研究者、教員となっていることを念頭にいれ立案した。すなわち工学教育においてはやはり本(教科書、論文を含む)をたくさん読んでもらうことや、多くの書物に触れることが大事であると考えた。また、上述した活用者は学生や知的労働者であるため、知識の情報収集に大きな興味を抱くと考えられることや知的情報の象徴である本についての話題は SNS 上の見らぬ活用者同士を結ぶ大きな共通話題としてこれから UCEE ネットの発展に大きく寄与すると考えた。

本案件と既存のものとの違いとして、上述したように本の中に理工系の書物が含まれていることである(おそらく理工系書物が最も本機能において話題の中心となると考えられる)。理工系の書物についてのレビューはおそらく話題の小説やエッセイといった一般的な書物に比べると専門性が高く、既存のサイトでは話題になることが少ないと思う。しかしながら、UCEE ネット活用者はその多くが理工系出身者であり、他ではできない議論が多くの人とでき、おおいに盛り上がると考えられる。さらに、注目したのは理工系書物が持つ特異性である。理工系書物(特に教科書)は一般的な小説とは違い、本を読むだけではなくて、その中に出てくる数式やロジックを実際に自分の手で導出する作業が加わる。さらに小説では 100 人が同じページを読んでも 100 通りの解釈をすることも予想される。しかしかしながら、理工系書物ではたどり着く解はみな同じである。このため、経験した方もおられるかもしれないが、同じ本の同じところでつまずいたり、読むのを諦めてしまうことが多々あると思う。このようなとき実はその文章の本質とは全く違うささいなことであったりすることもある。このことから、特定の本の第〇章とか〇〇ページのところについてのトピックを立てて議論することで多くの知が共有されるのではないかと考えられる。例として、例えば同じ大学の学生が試験勉強に活用するとする。このとき UCEE ならその大

学の OB が同じ講義を受けていたというきっかけで知り合いとなり、企業にいる OB とのつながりができたり、類似の講義が他専攻であったり、他の学部、他大学にもあり、そこでは違う教科書を用いていたりとか、どの教科書が最もわかりやすいなどランキング投票を行ったりとかの話題で、多くの人とつながるきっかけとなりうる可能性がある。また、最新の雑誌に関して多くの研究者同士で議論したりすることも予想される。そしてその活動行為が工学教育に直結していると思われるので本来の目的に合致している。

そして、議論の一つ一つがあたかも本にはさんだ「しおり」のようにこれまでおおくの人が注目してきた本の記述を指し示すことになっていくことになると思う。このため本案件の機能を Bookmarker(しおり)機能と名づけた。

さらに本案件においてはこの Bookmarker 発展のためポイント制度「P(ページ)」を導入する。上述したように Bookmarker 使用によって同じ専門性をもつ多くの人同士が情報交換できる。しかしながら、知的情報はかけがえのない財産であるため、これを提供することに対してなんらかの対価が支払われなければ Bookmarker が絵に描いた餅になってしまう危険性がある。このため、ある質問に対するベストアンサーに選ばれたならば■P とか、新刊紹介したら□P、など Bookmarker 内でのみ使用可能なポイントを与える。そしてこのポイントは Bookmarker 内で販売している本を購入するためのみに使用できる。以下にこのポイントを活用できる販売システムについて記述する。

先ほど述べたように Bookmarker 内によってためたポイントは新たな知的情報活用のためのみに使用できるものと定義した。このため、ポイントは Bookmarker 内にある Bookstore でのみ使用できることとした。この Bookstore はその名のとおり Bookmarker 内にある本屋である。この本屋は Bookmarker 参加者からいらなくなった教科書や小説など本を買い取ることや技術専門書を取り扱う出版社から購入することで品を集める。このとき普通の古本屋とは違い理工系専門書の品揃えはどこにも負けないものにする。そして購入などの運営資金は Bookmarker 内に出版社から広告を出してもらい、その広告料とする。特に、技術専門書や教科書を扱う企業としては活用者がすでに理工系の教員、研究者、学生にしぼられていることから大いに魅力を感じると思う。また、教科書を売った方にもポイントで支払い、新たな本を購入してもらうことができるようにする(これが理想的であるが、販売者は学校卒業する学生などが考えられるため、やはり理工系書物だけではなくて一般的な本の品揃えも必要となることや現金での売買も必要と考えられる)。

このように本案件は UCEE ネット発展のため、UCEE ネット使用者の多くが共通して興味を抱く知的情報を媒介にして多くの活用者がつながり、さらに UCEE ネットの基本理念である Engineering Education に合致したサービス「Bookmarker」を提案する。そしてさらにこの Bookmarker 活性化のためのポイント制度 P(ページ)を提案する。

審査役ですので、ネット等での公表において本名で公開すると審査に疑問を持たれるかもしれないのでペンネームアグネスデジタルとして応募させていただきます。

UCEE システムの有効活用のための「気軽に登録、未来の自分へお役立ち大作戦!!」

東北大学大学院　工学研究科　知能デバイス材料学専攻
Ｄ２　安藤　大輔

UCEE システムのことは、昨年末に東北大学において博士課程学生交流セミナーの実行委員をしたときに初めて知った。面白い試みだと感じ、即日登録を行った。しかしながら、サイトは機能しているものの、登録者の動きがほとんど見受けられず、がっかりしたのを覚えている。その後、自分も全く使用をしていなかった。

今回のアイディア募集を機に改めて、久しぶりに UCEE システムを立ち上げてサイトを閲覧し、また「UCEE 研究者データベースのコンセプト」という論文を読ませていただいた。システム自体には大きな落ち度はなく、とても魅力のあるサイトで、むしろせっかくこういうものがあるのにどうしてどんどん活用しないのだろうという印象を持った。それと同時に三つの課題があると感じた。

・研究者への認知度が著しく低いこと。

昨年末の博士課程交流セミナーにおいて、このサイトの存在を提起したが、それ以前に知っていた人は一昨年の委員だけであった。また、独自に 50 人ほどに聞いてみたが、知っている人はいなかった。積極的な広報活動が必要である。

・UCEE に登録し、活用するメリットが見えないこと。

このサイトの大きな柱の一つとして、高度科学技術求人情報を提供することにあるが、現状ではリクナビなどの一般向け求人情報サイトの方が簡便で利便的であり、そちらに登録すればことが足りてしまう。つまり、UCEE ならではというものが見えない。登録者だけの特典を提示してメリットを明確に示す必要がある。

・自由度の高い使い方が出来るが、すぐに上手な使い方が出来ないこと。

UCEE について深く知れば知るほど、いろいろな使い方が出来ることがわかる。しかし、それは気軽に登録した人がすぐにできることでなく、すぐにあきらめてしまうであろう。それはこのサイトを継続的に使っている人が登録数に比べてごくわずかであることが物語っている。よって、明確な使い方のモデルケースを示す必要がある。

以上のことをふまえて、UCEE の有効活用化計画を考え、私が今回企画させていただく内容は、「気軽に登録、未来の自分へお役立ち大作戦!!」と題し、**利用者がもっと気軽に登録できて、毎日見たくなって、これからの自分の道標になるようなサイトにする**ものである。

UCEEシステムの有効活用のための

気軽に登録、未来の自分へお役立ち大作戦!!

課題

- 魅力あるサイトであるが、認知度がない
- 登録することによるメリットが見えない
- 自由度は高いが、上手な使い方がわからない

有効活用化計画

登録者倍増計画

- 広報活動の充実
  - 各種学会でUCEE利用提案
- 登録者だけの特典を提示
  - 就活特別情報など

お手軽利用計画

- 使い方モデルケース提案
  - 典型的・やりたいこと別
- 有用サイトへの中継点化
  - ここに来れば何でも出来る

さらにUCEEを広めるためには研究者のための

リクナビ化

就活の主要サイト化

- 広く企業にアピールし、独自の求人を募る
- 海外留学・ポスドク先の提案

ミクシィ化

研究に直接関係ないコンテンツの充実

- スケジュール管理
- 研究日誌形式
- 博士交流イベント提案

研究利便化

研究に役立つサイトへ

- 有用サイトと連携
- 登録者だけの勉強会
- 奨学金、研究費情報

効果

研究者

- 毎日開きたくなる
- 登録しなきゃ損なサイトへ
- これからの自分の道標

企業

- 優秀な研究者の確保
- 産学官の連携容易化

東北大学工学研究科知能デバイス材料学専攻 D2　安藤　大輔

まずはUCEEの認知度をあげることが急務であると考える。これまでに博士課程交流セミナーなどで広報活動をしてきたのだと思われる。しかし、学生に知られていないばかりか、教授の先生方や若手の研究者の方々への深い理解も得られていない。そこで、各種学会や大学の公式な行事で講習会を開かせて頂いて、認知度を上げるとともに、有益性の理解を深めてもらう提案はできないだろうか。

提案機会が与えられれば、次にすべきことは登録者にとって有益であることをどんどんアピールし登録者数をさらに増やすことだ。本サイトでは就職情報を登録者に合わせて提供している。この強みをさらに生かして、研究者にとってのリクナビを目指してはどうだろうか。研究者のリクナビを目指したサイトはいくつか存在している。私が知る中では金属業界へ就職をお考えの人たちに向けたリクルート活動支援サイト「Metal Wander Avenue」というものがある。この登録制サイトでは各金属材料に対して、

・この分野の特長　・こんな職種があります　・これからこうなります
・新たな技術開発　・社会貢献・エコロジー　・企業・協会一覧
・この分野で働く先輩の声　・企業からのメッセージ

を掲載していて、企業側からの研究者に対しての雇用に関するアピールが数多くある。

しかしながら、このサイトの存在を知る人は金属材料専攻者に限っても少なく、他専攻者では皆無であろう。少ないから有効活用されない、有効活用されないから参加企業、登録者が増えない、というスパイラルにはまっている。このような就職活動支援サイトは他分野でもあるかもしれない。このようなサイトをUCEEで一括にすることはできないだろうか、一括でなくともUCEEをこれらのサイトへのハブサイト、中継サイトにすることはできないだろうか。

それに加えてこのような就職支援サイトはサイト側からの一方通行の支援である。まUCEEの強みのひとつである登録者に合わせた就職情報の提示という、言わば相互通行な支援方法を生かし、お互いに歩み寄ることで企業側にある博士の悪いイメージを払拭させる糸口になるかもしれない。

企業には需要にマッチングした優秀な研究者の確保、産学官連携容易化をアピールし、登録企業数を増やし、独自の求人を募り、本家のリクナビとの違いを示す。また、これまで自分で人づてに探さなければならなかったアカデミックなポストも、国内だけに留まらず海外留学先やポスドク先の斡旋をすることも大きな違いとなる。この様な本家のリクナビとは異なった特色を示し、登録者にとって未来を明るくする主要な就職サイト化することで、今すぐに登録者が大幅増すると言わないまでも、数年かければ口コミ効果もあって研究者にとって欠かせないサイトになると考える。

自分のように登録はしたがいいが、どのように活用したらいいのか戸惑っている研究者は多数いるはずだ。そのような人たちのために典型的な使い方やその個人個人にあった使い方を示してあげられるような使い方モデルケースをもっと簡潔に示す必要があるのでは

ないか。また、年に数回ひらくような程度では十分な活用は期待できない。そこで、本サイトに研究に有益なフリーソフトや無料英語勉強サイトとリンクさせてもらうなどして、登録者が研究において何かするときに必ず通るような中継点的なサイトにすれば毎日のように開かれることが期待できる。

自分は研究データをまとめる上で結晶方位を逆極点図上に示すことが必要であり、ネットで検索したところ１０余りのフリーソフトが存在した。しかしながら、どれも使い勝手が悪かったり、そもそも役に立たないものもあった。よって、ＵＣＥＥで自分が使用したフリーソフトについて評価をし、どのようなときに使用して、どう役に立ったのかを記入してリンクを貼れる機能が欲しい。同じソフトでも分野が違えば使用方法も違うし、そもそも使わない場合も多い。サイト内で検索し、評価を見れば自分にとって有益なのかがすぐに判断でき、時間の節約になるだろう。

無料の英語勉強サイトは数多く存在する。自分は ikow!というサイトを用いている。これはメールアドレスで登録するだけで、誰でも無料で使用できる。コンテンツは無料とは思えないほど充実している。自分が知らないだけでこのような有益なサイトは数多く存在するはずだ。それも上記のように内容を評価しリンクを貼れるようにしたい。

つまり Google などの検索エンジンを用いて探すのではなく、まずは UCEE サイトにアクセスし、目的に合うサイトへ移動するという中継点的なサイトにできれば毎日開くようなサイトになるだろう。

研究には直接関係ないコンテンツも充実させてはどうだろうか。たとえば mixi という現在もっとも登録者数の多いＳＮＳでは、使用する理由の一番は「友達の状況が確認できること」にある。研究者は孤独になりがちであるので研究者同士のつながりを作るためにも他大学の研究者とも積極的に連絡を取り合うべきである。学会であったときだけでなく、近況を知ることができればもっと親密な関係になれるかもしれない。

研究者の自伝などを読むと、海外での研究で何よりよかったことは研究以外で研究者と話しているときにいいアイディアが浮かんだり、何気ないことからきっかけがつかめたりすることだという。このようなブレインストーミングは一人ではできない。しかし、現代では海外留学しなければこのような体験ができないわけではない。ネットを用いれば世界中の人たちと会話が可能だ。ネット内でいつでもいろんな人と話せる環境を整えられれば、研究に大いに役に立つだろう。スカイプの無料ＴＶ電話を用いたり、チャットでの交流会を簡単にできるサイトにはできないか。

また、今現在何人がアクセス中なのかを表示する機能を設ければ連帯感も増す。できることなら誰がアクセスしているか見えるようにすれば日本中に研究者仲間ができること請合いである。

このように研究者にとって毎日開きたい、登録しなきゃ損なサイトになれば、ＵＣＥＥはこれからの自分たちの道標になるはずだ。

UCEEアイデアコンテスト企画案

九州大学大学院システム情報科学府
修士2年
末松慎司,田中裕之,長谷川瑞紀,吉田真一

企画概要

- 概要
  - 学生と学生,学生と企業,企業と企業,複数の学生と複数の企業の間での情報交換を行う機能提案
- 対象
  - 大学生,企業の人たち

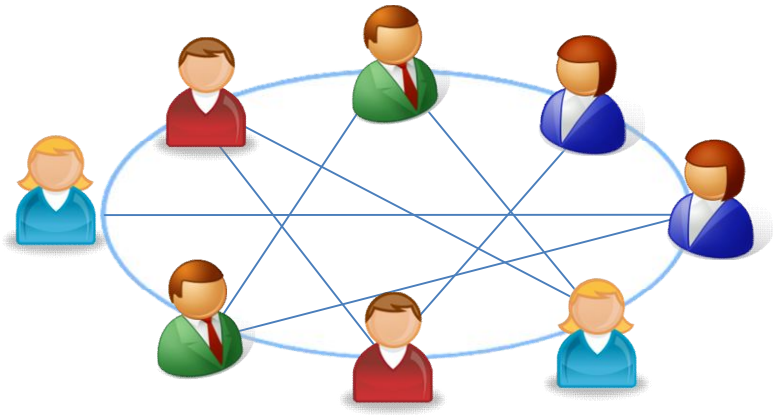
SNSの現状分析

- 多くの SNS が混在し,利用頻度に偏り
- SNSを閲覧する理由
  - *自分の属するグループ*が使用している
  - 友人や*同じ立場*のユーザが多い
  - *役立つ情報*の入手
  - 面白い*コンテンツ*が豊富
- SNSを閲覧しない理由
  - 出会い系サイトのように*迷惑メール*が多い
    - しかも,そのメールはメール受信通知メールでサイト訪問する手間もあるため,メール受信拒否をする

  →SNSの情報はpull型のため*閲覧が面倒*

企画の主対象

人材
(プロフィール登録済)



企業/求人

教員

一般
(UCEEネット非登録者)

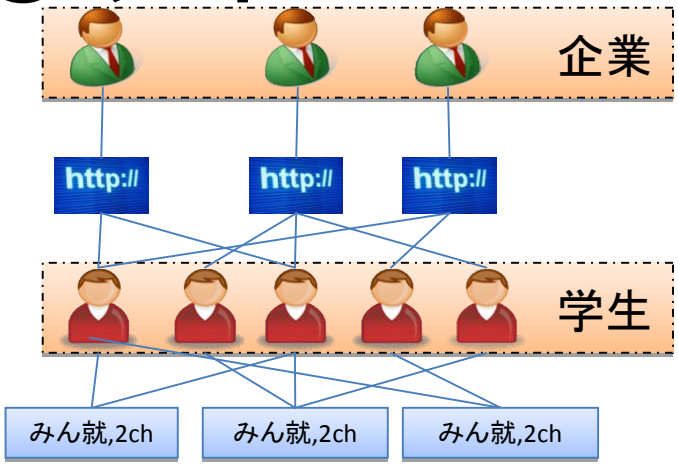
- 人材(学生)が大学にいくことの主目的
  - *就職活動*,卒業,(就活のため,自分のための)成果
- 企業が大学と交流する主な理由
  - Open Innovation (共同研究)
  - *優秀な学生の採用(採用活動)*

強調キーワードを SNS に活かす！

種別	強調キーワード	企画案での考え
閲覧する理由	自分の属するグループ	各大学
	同じ立場	就活生もしくは あるイベントに対する参加者
	役立つ情報	企業情報もしくは イベントに対する情報
	コンテンツ	
閲覧しない理由	迷惑メール	認証をしっかりと行う Ex)教授の推薦がなければ SNSに参加できないなど また,取得したい情報をユーザが細かく指定し携帯(PC)のメールにて取得する
	閲覧が面倒	
	情報がpull型	
対象のメリット	就職活動	学生と企業の交流により 就活,採活ともにメリット
	採用活動	

就活・採活に関するサイト

- リクナビ,マイナビ
  - 企業の情報を一括でまとめたもの
- 各企業のサイト
  - 信頼性の高い情報
  - 良いとこだけ見せている可能性
- みんなの就職活動日記
  - 1つの会社に対して就活生が掲示板にて話す
  (主に選考の進み具合について)
  - 内定者の日記
- 2ch
  - 1つの会社に対して就活生？が掲示板にて話す
  (主に企業の悪いウワサ?)
  - 業界に対して就活生？が掲示板にて話す



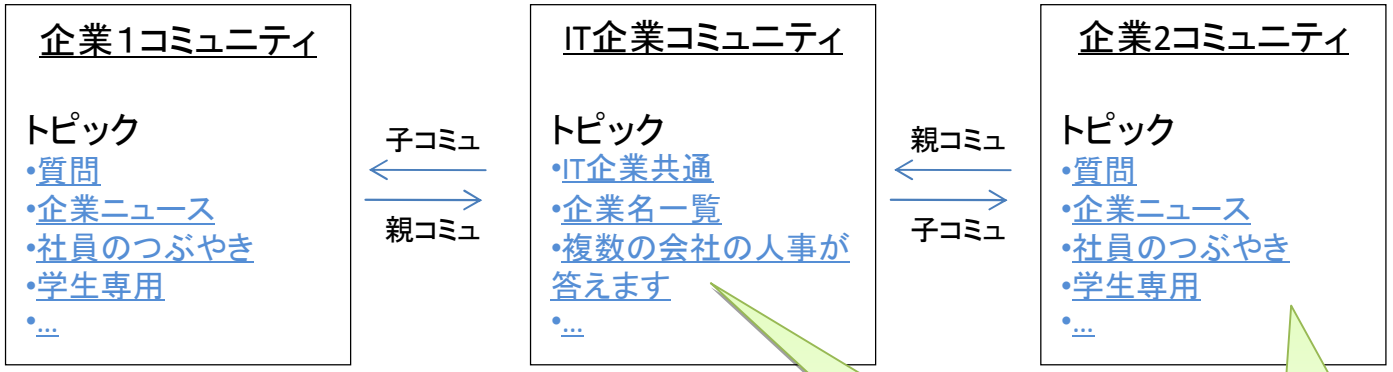
情報のネットワーク

情報の流れは基本的に企業→学生,学生→学生
みん就や2chには企業HPにのってない情報(正しい情報も誤った情報も)

提案内容

- 学生と学生,学生と企業,企業と企業,複数の学生と複数の企業の間での情報交換
  - 学生の知りたいことを答えてくれる
  - 企業の人たちが知りたいことに学生が答える
  - 企業と企業でコンテンツを作る
  - 学生と複数の企業でのコンテンツを作る
  - 正しい情報を手に入れることができる

提案イメージ
- コミュニティ -

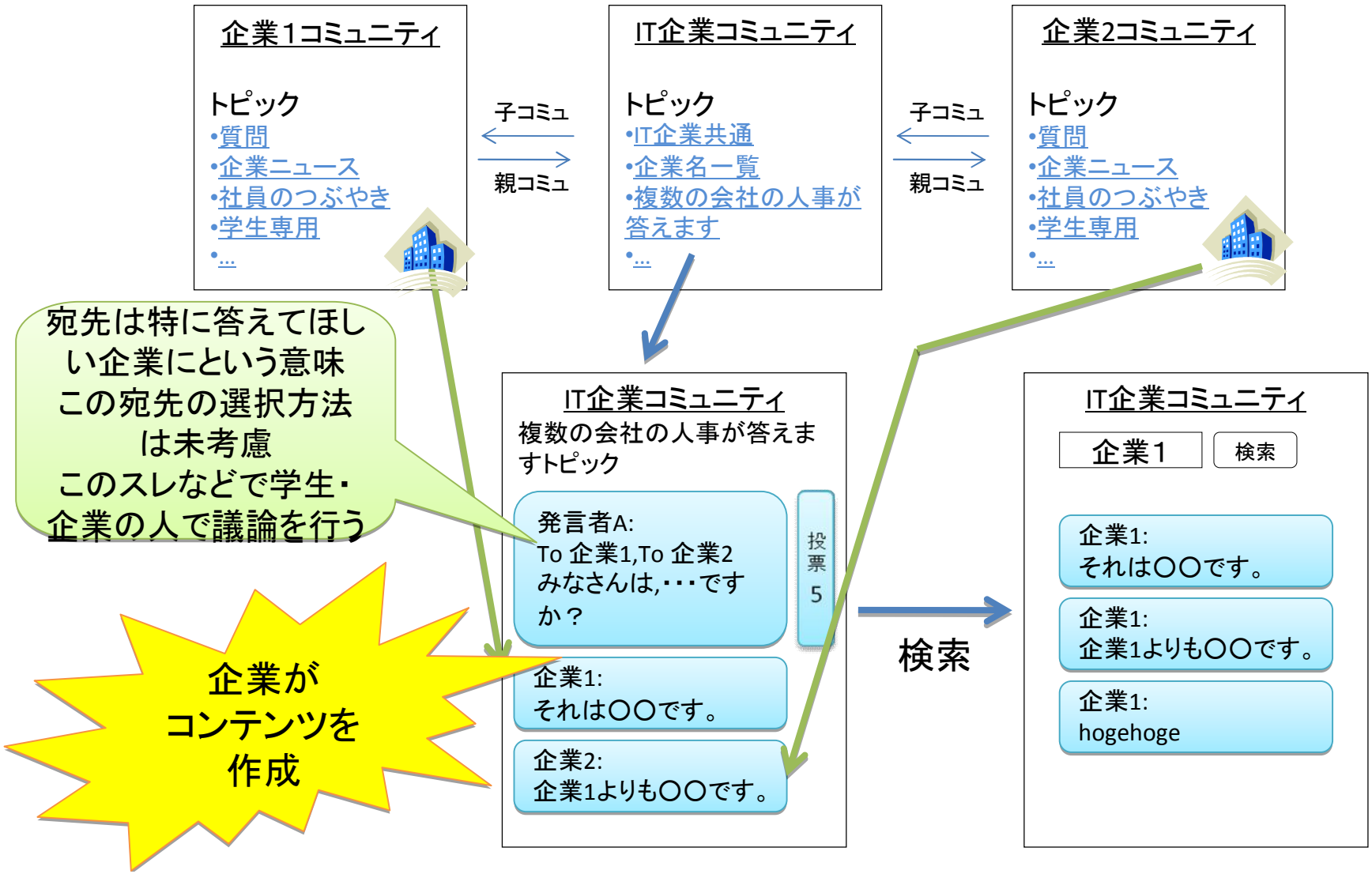


コミュニティ	企業	学生
親コミュ	w,r	r
	w,r	w,r
	w,r	×
子コミュ	w,r	r
	w,r	w,r
	×	w,r

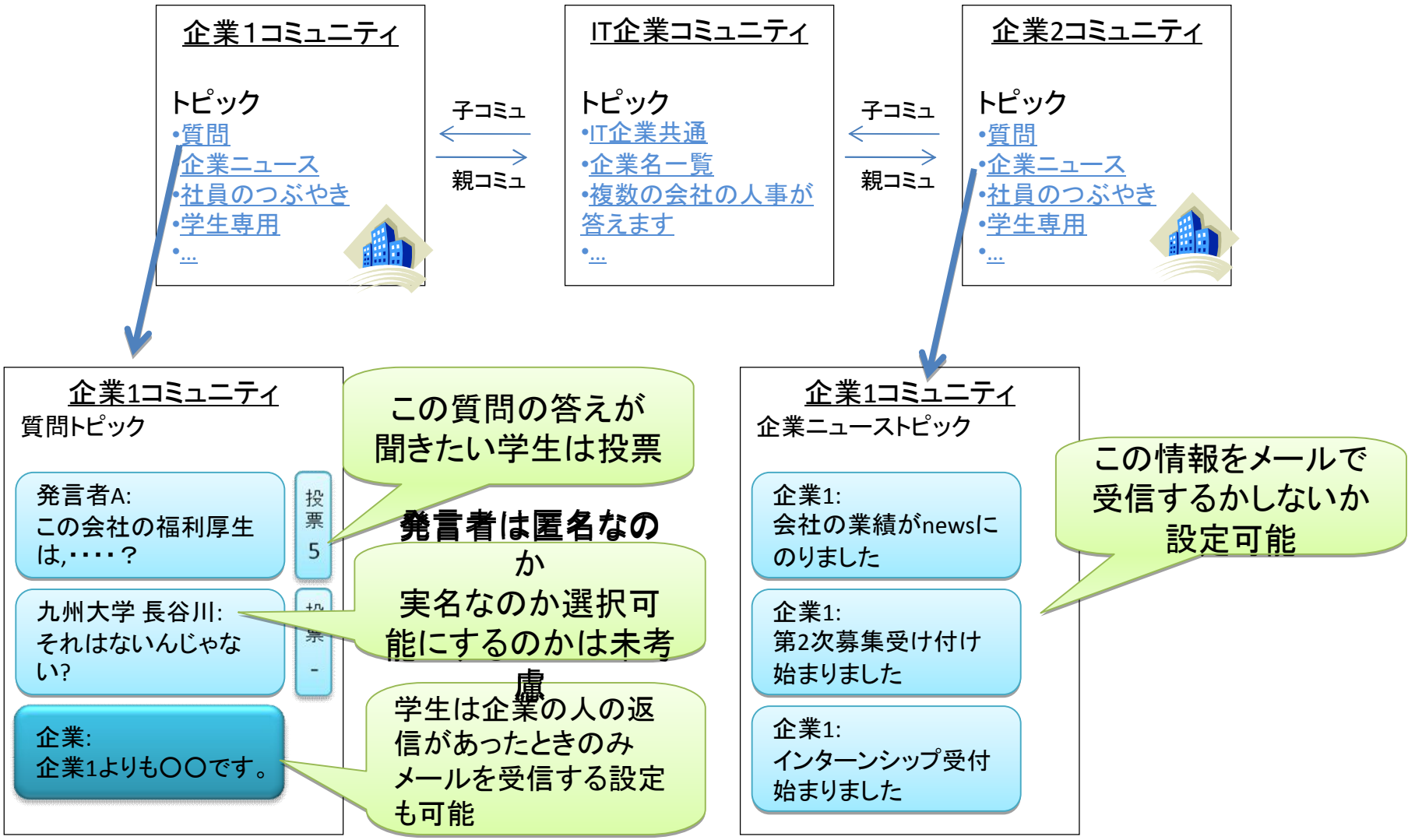
トピックごとに選択可能な
read,write一覧表

トピックごとに読むこと(read)
投稿(write)が可能な
対象をトピックごとに決定可能
トピックは各企業の管理者が
自由に作成可能

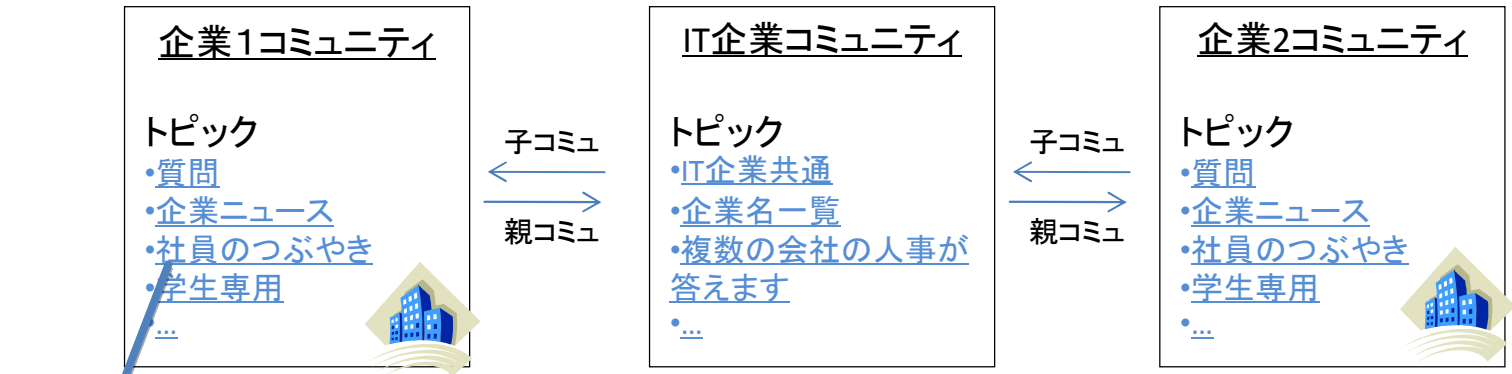
提案イメージ
- 企業同士が作成するコンテンツ -

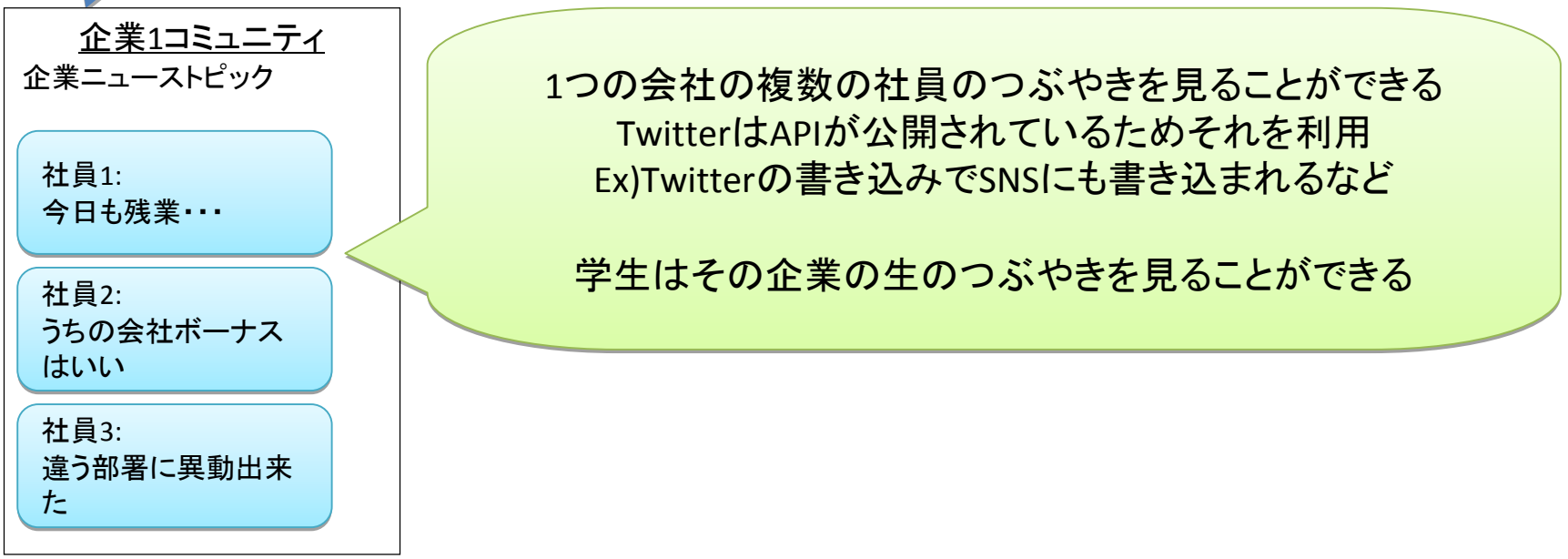


提案イメージ
- 企業コミュニティ1 -

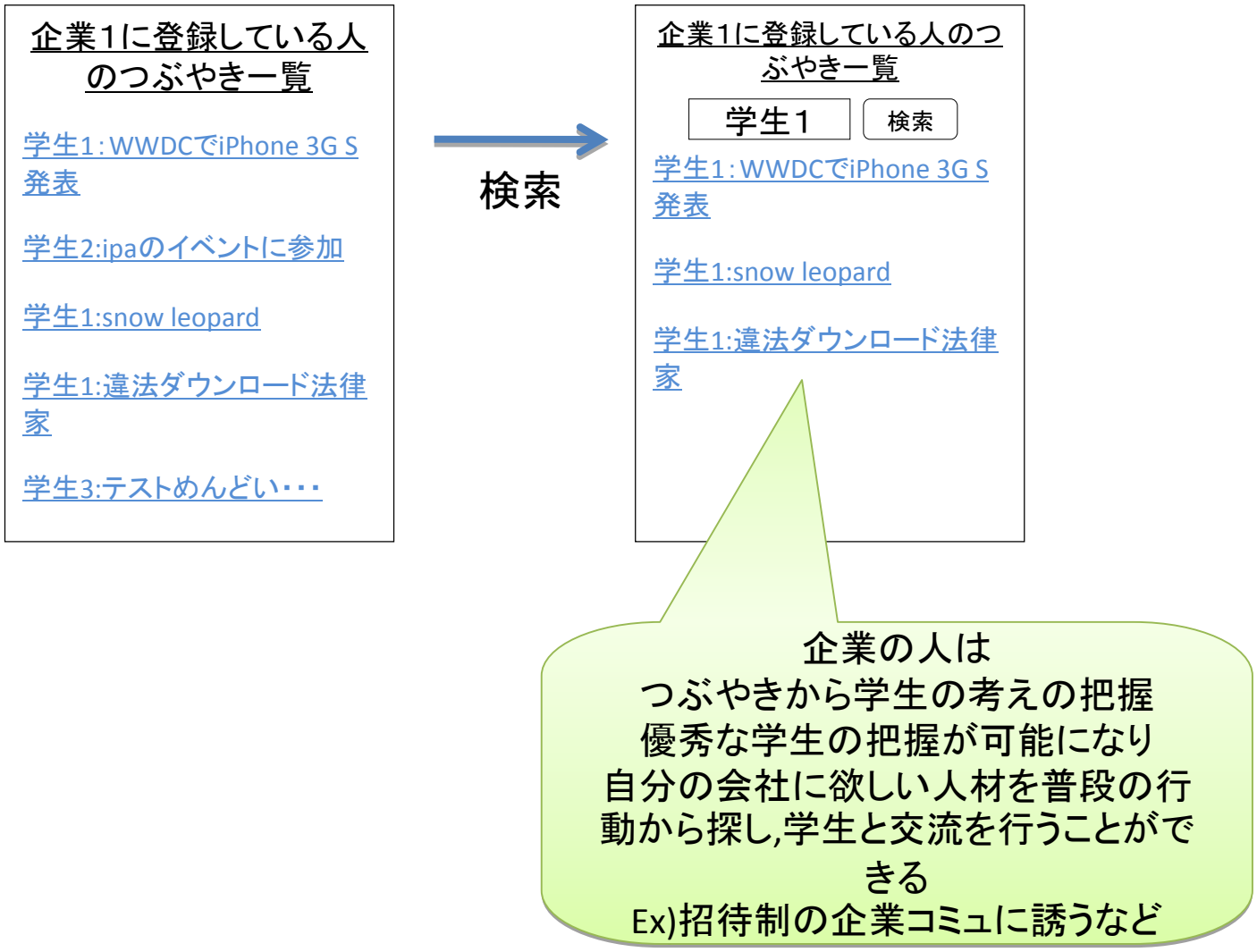


提案イメージ
- 企業コミュニティ2 -





提案イメージ
- 採活について -



提案機能

- 携帯（PC）で受信する情報を細かく設定する機能
  - 自分の欲しい情報をメールにて取得
  - あまり必要ではない情報はメールで送らないように設定
- 携帯(PC)メールへの書き込み内容の転送とそのメールへ返信することで書き込みを行うことが出来る機能
  - メールが受信通知であると,手間がかかるため書き込み内容がメールで届き,それに返信することでコミュニティなどに書き込みが可能
- Twitterと連携する機能
  - 新しいSNSではなかなかユーザは投稿を行わない
  - APIを用いてTwitterと連携するようにし,書き込みを投稿する抵抗を低くする

問題点

- もし,社員のつぶやきを行う場合
  - 社員の認証をどうやって行うか？
    - Ex)メールアドレスが企業のドメイン?
  - 企業側は社員のつぶやきをあまり見せたくない
    - なにを発言するか分からず問題が起こる可能性
  - 認証についてより考えをまとめる必要！
- 企業の協力
  - 初期は学生も企業も少ない
    - 学生がSNSに参加するには企業が多くいることが条件
    - 企業がSNSに参加するには学生が多くいることが条件
  - 初期のユーザを増やす考えが必要!

なぜ,メールで行うか

- RSSではない理由
  - RSSを使っている人が(現実的には)限られている
  - RSSは情報呼んで終わるため,サイトに情報が貯まらない
  - メールのほうが一般的であるし,携帯でもPCでも投稿できるという点でいつでもどこでも投稿がしやすい

メールを用いることでSNSの活性化に貢献する！

提案まとめ

- 学生と学生,学生と企業,企業と企業,複数の学生と複数の企業の間での情報交換を行うSNSを提案
- SNSを使ってもらうためメールでも読み,投稿を可能にすることを提案

	メリット
学生	•複数の企業からの情報を得ることが可能 •企業の正しい情報を知ることができ,就活,イベントの情報を得ることが可能
企業	•学生が他の企業と自分の企業をどうとらえているか把握し, 自分の企業の強みを確認することが可能 •学生に正しい自分の企業の情報を知らせることが可能
全ユーザ	•自分の必要な情報だけをメールで取得でき,そのメールに返信することで投稿も行えることで,複数のSNSを閲覧する手間の削減が可能
サイト運営者	•認証をしっかりと行うことで,不適切なユーザを減らすことが可能 •投稿までの手間を削減したことで投稿数の増加とコンテンツ充実が実現

リファレンス

- mixi
  - http://mixi.jp/
- GREE
  - http://gree.jp/
- モバゲータウン
  - http://www.mbga.jp/.pc/
- リクナビ
  - http://www.rikunabi.com/
- マイナビ
  - http://job.mynavi.jp/
- みんなの就職活動日記
  - http://www.nikki.ne.jp/
- Twitter
  - http://twitter.com/

2009/6/14

私の考えるUCEEシステム面白化大作戦

大阪大学文学部人文学科日本学専修２回
矢島裕章

UCEEシステムをどのようにしたら活性化できるか私に２つの機能を考えてみた。

１、　全国の大学ニュース

２、　電子版ポストイット活用掲示板

以上のことをこれから説明する。

１、　全国の大学ニュース

このシステムは、日本全国の大学で現在どのようなことが行われているのかが、リアルタイムでアップされる情報版のことです。

現在私は、学生なりの視点から、大阪大学の改革を取り行っていこうと様々に活動しています。しかし、大阪大学にばかりいて、その中だけの情報では、なかなかいい案が浮かばないことも多いのです。実際にほかの大学に行き、その様子を見て、触れて、体感できたら一番ですが、距離という問題がある以上、なかなかそういうわけにもいきません。特に、僕が現在住んでいる大阪は、東京と比べると大学の数がとても少ないのです。

ほかの大学（大学生）が取り組んでいることは、また別の大学で、さらに良いものとなる可能性も秘めています。そのよき連鎖反応が起これば、個々の大学が切磋琢磨し合ってより良い社会を作ることに貢献できると思います。

先日、ヤフーのニュースにこんなニュースが載りました。「学食に回転寿司　名古屋学院大」これを見た僕は、たとえ回転ずしでなくても、大学にもっと業者の学食が入れないか、ということを授業中に少しネタにしてみました。どれだけ実現に向かうかは全く不明ですが、こちらとしてもとても良い刺激なったことは確かです。このようなことが常に行われるようになればよいと思います。

２、　電子版ポストイット活用掲示板

この提案は、要するにネット上でもブレインストーミングを行いやすくするものです。現在、ブレインストーミングによる思考法は、多くの企業でも行われ、大阪大学でも、取り入れている授業があります。そして、このブレインストーミングに欠かせないものはポストイットです。張ってはがせるメモ帳ということで、最初に貼った位置から、段階的に動かすことが可能で、物事を考えるときに重宝します。

そして今回は、それをネット上でできるようなシステムを提案します。チャットや、一般的な掲示板のように、文字が上から下へただだらだらと行くのではなく、実際のポストイットを用いたブレインストーミングのように、色つきの枠の中に、文字を書

き込み、それを自由に動かすことのできるシステムがあれば、世界中どこにいても、ブレインストーミングが可能になります。この機能を UECC 内に設け、利用者は Skype と同時に利用すれば、貴団体が考えておられる大学を超えた学の連携の推進をさらに図ることができると思われます。

UCEE ネットを SNS として面白くするための必要十分条件

2009/06/14（2009/06/29 修正）

東京工業大学理工学研究科化学工学専攻

益子研究室

吉岡秀益、黒澤興

背景

現在、UCEE ネットは２００６年に活動を開始して３年が経過していますが、ユーザーの活発な活動が行われているとは言えない状況にあります。

本 SNS では、通常の SNS が主眼とする「日記－コメント形式の交流」ではなく、ディスカッションコミュニティーと銘打った「コミュニティでの交流」が主眼に置かれております。しかし、２００９年６月１４日の時点でコミュニティーは７３件しかありません。うち９件は交流会の写真をアップロードしたコミュニティー、２件は練習用コミュニティーです。残りのコミュニティーについても参加者は多くて２０名前後となっております。また、活発な議論が行われているコミュニティー内が存在しません。どのコミュニティーも散発的な投稿のみです。

また、私の周りでは講義などでユーザー登録を行った学生ユーザーが多数いるにも関わらずほとんどが登録後に活動していないという事があります。自分も就職活動中のイベントで登録を要請されたあと、３回しかログインしていませんでした。

こうした状況を打開するため、現在の状況の簡単な分析と、コミュニティー活性化およびアクティブユーザー増に向けた提案を行いました。

現状の分析と他 SNS との比較

アクティブユーザー数の現状と分析

まず何よりも UCEE ネット内のアクティブユーザー数が非常に少ない問題があると思われます。

求人マッチング機能は比較的受身の機能であります。また、各種研究所関連のコミュニティーはゼロ、協賛企業のコミュニティーもゼロですから、一度プロフィールを登録した後はなおさら自分から働きかけることが困難な状況にあります。

このとき、ユーザーにとっての活動の場は、主にディスカッションコミュニティーということになりますが、こうしたコミュニティーも閑散としています。ですから、ユーザーからすると「やることがありません」。初心者ユーザーがいきなりコミュニティーを作成したりはしませんから、こうして宙に浮いたユーザーはログインしなくなって「死に」ます。現在はこうした悪循環に陥っていると考えられるのです。

もし、アクティブユーザー数が増加したならば、ディスカッションコミュニティーの議論も活発化する地盤も整ってくると考えられます。たとえば mixi の材料工学コミュニティーは参加者数２５００人、質問コミュニティーでも（決して盛り上がっているとは言えませんが）専門的な話がフランクに行われています。

まず、アクティブユーザー数を増やすことが大切です。

ディスカッションコミュニティーの現状と分析

先ほどと重なりますが、今の UCEE ネットに登録したユーザーは「何をしていいかわからない」状況にあります。それは、UCEE ネットが何に使われるべきかといった事が、ユーザーに示されていないためです。

現在の UCEE ネットの画面を見ても、通常のユーザーはディスカッションコミュニティーを作ろうとは思いませんし、また新しくどこかをクリックしよう、どこかで議論をしてやろうとは考えません。

SNS 等のネットサービスで取扱説明書たる「ヘルプ」を読むユーザーは極稀です。画面上に「どうすべきか」を書かないとユーザーは動いてくれません。そのまま画面を閉じて二度とログインしなくなってしまうのです。

たとえば日本を代表する SNS である mixi であれば、登録後は「知人を探してフレンドリストに追加！」し、「日記を書いて近況を伝えよう！」という事が大きなボタンとともに画面に表示されます。**画面にボタンが大きく表示されるという事が重要です。**

その後も、自分のトップページに友人の最新日記が表示され、そこをクリックするだけで日記がすぐ読めます。日記を読み進めていくと自然にコメント欄が表示され、コメントする事ができます。ここでも画面に「何をすべきか」が表示されています。

こうしたコメント交流の中でコミュニティーを薦められれば、コミュニティーに入り、トピックに挨拶をし、また議論に参加することもあるでしょう。いつかは自分でトピックを立てるようになり、激論を交わす mixi 中毒者が自動的にできあがる仕組みになっています。

日本のトラフィックの１割を占めるニコニコ動画も同様です。友人から動画を薦められる。簡単な操作でユーザー登録ができる。いざ動画を見ると動画の下にコメント欄がある。コメントをつけてみたら面白かった。動画を見終わるとオススメ動画が右側に表示された。次の動画をクリック。研究をしない大学生が自動的にできあがる仕組みになっています。

研究者ユーザーの現状の現状と分析

研究者 SNS というものについて、ぱっと何を思いつくか、複数の企業研究者に聞いたところ、どの人も「うかつに情報が出せない」という答えが得られました。こうした状況では、具体的な議論は困難であると考えられます。

また、「文献情報もいいけれど、特許に関するデータベースがあれば興味がある」という意見をいただきました。

SNS としての UCEE ネットが持つ大きな可能性

現在、世界には多くの SNS があり、その中では膨大な人々が、膨大なトピックで議論をしています。

mixi や myspace をはじめとする巨大 SNS は、無差別に集められた人々で構成されています。そこでは本当にありとあらゆるジャンルの議論が行われていますが、SNS の有り方はそればかりではりません。特定のテーマについて深い議論を行おうとしたとき、人を無差別に集めた SNS では、参加者の立場や、目的、知識など、事前に確認しなければならない前提が多くなってしまいます。深い議論を行うためのコスト（手間）が大きいのです。

しかし、たとえば婚約期間中の人だけを集めた SNS では、結婚式の準備や心構えに関する議論は容易に始められますし、また参加者全員の関心が近いため、活発化しやすくなります。ソフトウェア開発者だけを集めた開発者 SNS では、適切なコミュニティーに参加するだけで、効率的に情報を交換することができます。特定の議題に興味を持つ人々だけを集めることで、その議論だけを深く行うことが可能になる例です。

ここで、UCEE ネットは、ご存知の通り研究者同士のつながりを重視する SNS であります。ここでは、お互いが研究者であるという前提の元、専門的な議論を、容易に立ち上げ、活性化させる事が可能になると考えられます。UCEE ネットは、他には無い高度な知的創造の場となり得るのです。

このために、UCEE ネットを活性化する方法はたくさんあります。

面白いサービスを UCEE 内に立ち上げて人を集める事もできます。企画を立て、意見を出し合わせるという事もできるでしょう。それはユーザーを集め、また飽きさせないためにはとても大切で、継続的に行っていく必要があります。しかしそれでは、その部分だけに人があつまり、用事が済めば、mixi に帰ってしまいます。研究者同士のつながりは生きません。

逆に、一定数のユーザーが集まり、活性化すれば、自然とユーザーがその SNS の便利な使い方を模索していき、自然と要望があがってくるのがネットサービスの特徴です。その段階が来た暁にこそ、本当に魅力的な企画や、新機能を実装することが可能になり、UCEE ネットは大きな飛躍を遂げることになるでしょう。

UCEE ネットが SNS として生きるかどうかは「ディスカッションコミュニティーが活性化するかどうか」にかかっているのです。

繰り返しますが、UCEE ネットは、とても他の SNS にはまねできない、重要な役割を果たす SNS となる可能性を秘めています。以下ではこの可能性を実現するための具体的な方策について述べていきたいと思います。

コミュニティー活性化に向けた提案

ユーザーに使い方を教えること

まず、ユーザーインターフェースを改良する必要があります。現状ではユーザーがクリックしたくなる（クリックすべきと思う）ポイントがトップページのどこにもありません。一般的な SNS とは目的が違いますから、ネットに慣れたユーザーですら「とりあえず日記を書く」ということもできないのです。

トップページでは、なるべく多くのユーザーにどこかをクリックさせる努力を行いましょう。トップページに「“科学とは何か？”についての議論が〇〇コミュニティで進行中です！」と大きく表示するだけでもユーザーの行動は違ってきます。

「日記を書く、知人を探す」といった通常の SNS とは異なる、特異な使命と目的を持っているのが UCEE ネットですから、**こうした「使い方のチュートリアル」の機能を持つコミュニティーは入ったばかりのユーザーに「ここが何をする場所なのか」を教える上でも大きな助けになります。**

こうした使い方のチュートリアルの役割を持つディスカッションコミュニティ（またはトピック）は、企業研究者でも安心して発言できるような大雑把なもので、なおかつ誰でも興味を持てる内容であればなんでもよく、そうした議題は無数にあります。

具体的な処置としては、「地球温暖化」や「資源問題」、「科学とは何か？」など、大きな問題を議論するためのコミュニティーを一つ作っておき、ユーザー登録した段階で、そのコミュニティーにデフォルトで所属させるようにするという手があります。この方法はシステム的にも容易で、すぐに実装が可能でしょう。

こうすることでユーザーは自然と SNS の雰囲気や、役割、使い方を覚えることになります。**ユーザーが SNS に入る入り口ができました。あとは多くの人にアクセスしてもらうことで、少しずつユーザー数を増やすことが可能になります。**

アクティブユーザー数増に向けた提案

SNS において、一週間に増えるアクティブユーザーの数は、単純には

（今週新しくアクセスする人）×（捕獲率）－（アクティブユーザー数）÷（飽きるまでの平均時間[週]）

で決まります。上で、ユーザーを捕えるための工夫をしましたが、これは（捕獲率）を向上させたにすぎません。確かにこのままでも少しずつアクティブユーザーは増加しますが、効果は限定的になってしまいます。成長前の状態ででユーザー数が伸び悩めば、ユーザーが飽きるまでの時間が短くなってしまう恐れもあります。

ではどうすればアクティブユーザーの増加速度を上げれるかといえば、何らかのプロモー

ションを行い、新しくアクセスする人の数を増加させるしかありません。ここに来てようやく、人を集める策を考えることとなります。

まず、各種学会に掛け合い、学会終了後の情報交換の場として採用してもらう事があります。学会におけるディスカッションタイムは短く、またその場で答えにくい質問がされる場合もありますから、学会終了後に情報交換の場を作ることで一定のユーザーを確保できる可能性があります。特にこうして学会から誘致したユーザーはUCEEネットを最初から議論・交流の場として見てくれると考えられますし、捕獲率も高いと考えられます。また、成長期のUCEEネットには、それを牽引する専門的な知識、経験を持つ人が不可欠ですから、最重要・最優先のターゲットになります。

また、各大学の教官にお願いをして、講義資料や課題をUCEEネット内で配るようにしてもらえば、学生の登録数を増やすことができます。もちろん、こうして誘致した学生ユーザーに居ついてもらうためには、上で述べたようなTOPページの改良や、講義中での「コンセプト説明・使用法の簡単な説明」が絶対条件です。UCEE 上で議論させて成績を評価してもよいと思います。

学生はメールで多くの連絡を取り合っていますが、メールでは大勢に情報を一斉送信したり、大勢で相談を行うには向かないツールです。また現在の学生は上下学年の情報交換が十分に行われていない事も多いため、（本人たちは気づいていませんが）UCEEネットを利用する動機は十分にあります。継続的に情報を残させ、有用性を十分にアピールすることで、徐々に捕獲率を上げることができます。

学生ユーザーを増やすのは大変ですが、学校課題のための情報であれ、ある程度情報交換が行われた後には、その分野についての基礎的な情報が残されると考えられます。こうした情報もまた重要ですから、誘致する価値は十分にあります。

これらのユーザーを増やす事には他にも利点があります。

学生ユーザーはいつか研究室に所属します。こうしたときに質問の場をあらかじめ知っていれば、そこで再び専門的な議題を提示する事が可能になります。また、さらにその後には就職しますから、こうしたユーザーが社会人研究者ユーザーへと変化していきます。成長前のユーザーを捕まえる事で大きな実りが期待できるのです。

まとめ

UCEE ネットは一般的な SNS と目的が違います。研究者同士の横のつながりを活性化するのが目的です。**なんといっても、ディスカッションコミュニティーを活発化させることが、UCEE ネットのネットワークとしての活性化の鍵を握っています。**

現状の分析においては、画面上に一切の指示が出ないこと、使い方に慣れるための場所がまったくない事などによって、ユーザーを迷わせていると分析しました。ユーザーは何をやればいいのかわかっていません。わかっていないからコミュニティーが活発化しません。そうするとユーザーがどんどん非アクティブ化していってしまう。ますますコミュニティーが死んでいく。という悪循環に陥っています。

SNS において、一週間に増えるアクティブユーザーの数は、単純には

（今週新しくアクセスする人）×（捕獲率）－（アクティブユーザー数）÷（飽きるまでの平均時間[週]）

で決まります。

まず、ユーザーに使い方を教えるようなチュートリアルを設置する事。勧誘時に使い方をレクチャーする事。これらによって捕獲率を向上することが重要です。

そうした対策を十分にとった上で、多くの人を集めること。SNS に情報をもたらし、または活発な議論をもたらすような牽引役のユーザーを集めます。

情報交換が足りていないと思われる潜在的なユーザーに積極的に働きかけることで新ユーザーを増やすことができます。学会への働きかけを最優先に、教員や学生に積極的に働きかければ、捕獲率も高めることができます。

こうして一定の成長速度を確保し、ユーザーの減少速度よりも速くユーザーを増加させ、人をどんどん増やすことで、飽きるまでの平均時間（＝ユーザーの寿命）をなるべく延ばします。

こうして人が増え、ディスカッションコミュニティーが活性化すれば、各種企画、新機能の実装なども、ユーザーの助けを借りながら効果的に行っていくことができるようになります。

以上です。

UCEEネット活性化アイディアコンテスト

テーマ： NPO法人UCEEネットのHPリニューアル大作戦

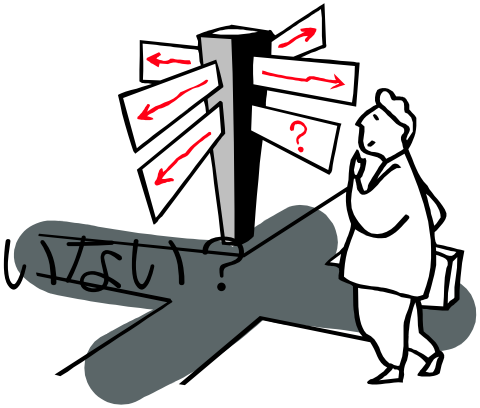
「バーチャル・インターンシップ」構想

2009．6．9

九州大学大学院
統合新領域学府
松　田　昭　信

背景（地方の学生の漠然とした危機感から・・）

- 企業は首都圏に集中
  - 地方で学んだ学生も東京に就職
  - 就職先として限定された企業しか見えていない？
- 現場が見えていない
- 成績はすばらしいが自己表現が不得意
- インターンシップの位置づけ不明確



我々は、たまたま九州で勉強をしているだけ？

本構想の動機

- 地方大学であることを誇りに持ち
- 首都圏、海外から一目置かれる地方大学の確立
- 世界に通じる大学を増やしたい

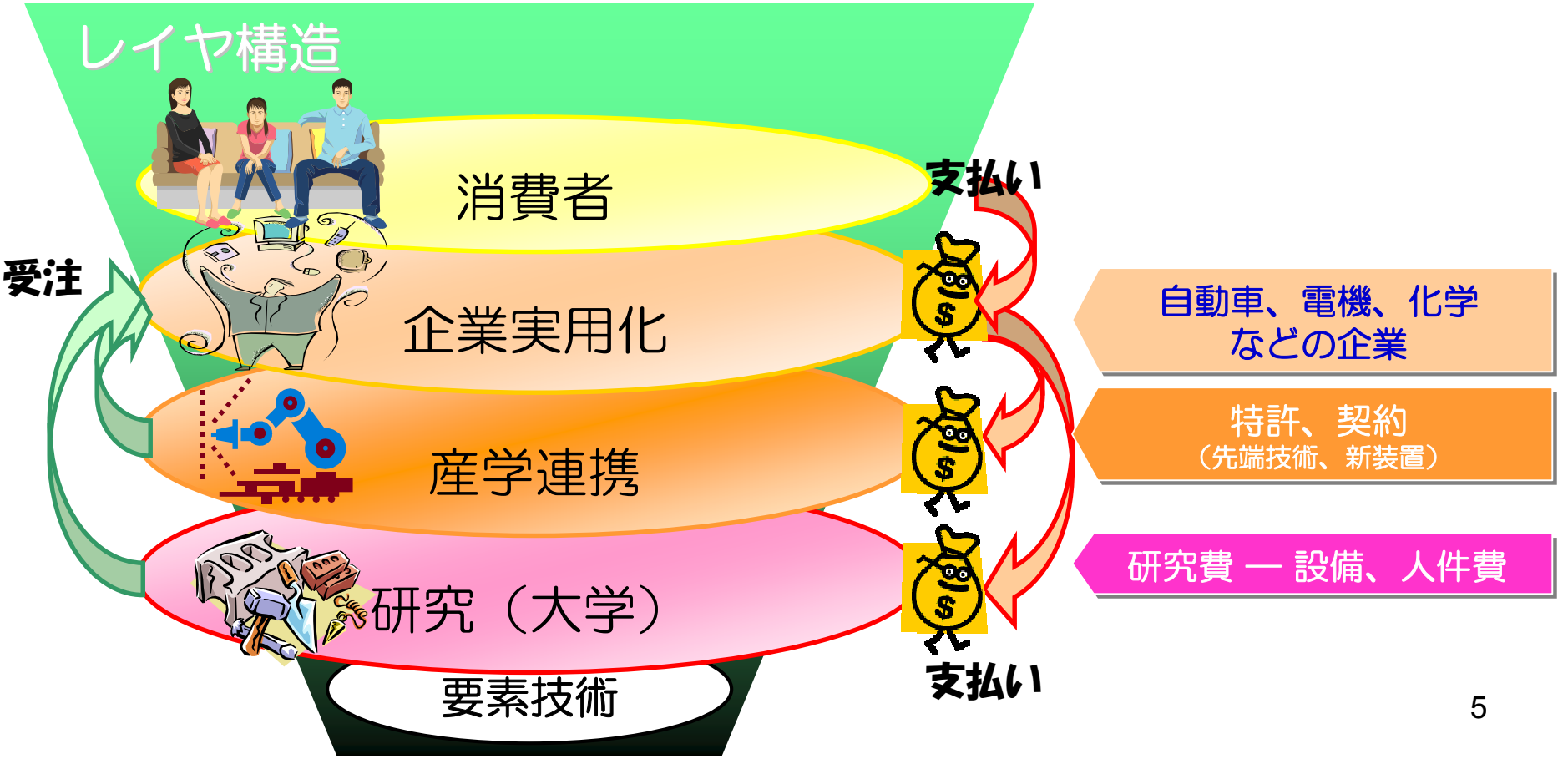
バーチャル・インターンシップ構想

本構想の目的

- インターンシップの成果を活用
- 大学内でのビジネスの確立と拡大
- 優秀な学生（ｴﾝｼﾞﾆｱの卵）の育成
- 将来有望の業界活性化
- 地方企業の連携強化、技術力アップ、人脈強化、営業力強化、商品企画力強化。
- 各大学から世界へ進出
- 地方発の技術を世界のNo.1技術へ

日本企業のレイヤ構造

- 付加価値は大学から企業へ推移
- 資金は上流レイヤから、基幹技術は下流レイヤから･･･
  ⇒ 直接、資金を稼ぎ出す「企業実用化」が重要



全国の大学生が
安心して就職できる基盤づくりが大切

(1)教育機関・制度の充実
－組込みハードウェア及びソフトウェア教育拡充

(2)大学側の技術力底上げ
－OJTのスピードアップ、より広範囲の分野への参入の促進

(3)ベンチャー企業新規参入の増加
－起業検討中の会社の手がかりを提供し、参入障壁を小さくする

(4)新卒学生の就職率UP
－業界の動向を把握して魅力ある就職先の検索

全国の大学を上げて、
企業のバランスの取れた基礎体力ＵＰと
コア技術者育成への取り組み必要

■構想の背景

①現状のインターンシップの課題

従来のインターンシップには色々と課題があり、学生側と企業側の双方にとって十分な成果を活かせていない。その主な要因について列挙する。

1．学生側と企業側の双方にとって時間的負担が大きい。
2．地方の学生にとって生活や経済的負担が大きい。
3．海外企業への対応が困難。
4．学生が企業側に配属されると派遣元の大学教官には実態が把握できない。
5．障害者などにも幅広く門戸が開かれる。

②バーチャル・インターンシップ による解決

上記課題に対して実際にどのように対処できるかを示して、バーチャルインターンシップの必要性を示す。（上記番号に対応）

1．各学生や各企業の双方の状況によって最適なスケジュールが組める。
2．遠隔地からも希望の企業へのインターンシップが可能となる。
3．世界的な企業へのインターンシップもネットを通じて参加可能。
4．インターンシップに参加している学生の実際の活動状況が把握できる。
5．身体が不自由があってもネット上で仕事の内容を体験できる。

■具体的な実現方法

①UCEEネット上で企業のインターンシップ窓口開設

ネット上にインターンシップの窓口を開設することにより、多くの学生がいつでも、どこでも、誰でも、インターンシップに参加できるようになる。

ネット上から、参加企業の業務の一部を体験できる仕組みを構築する。それにより、ネット上から、その企業の業務内容や研究テーマなどに参加可能となる。また、ネットワークカメラなどを接続すれば、双方がインタラクティブに意見交換することができる。これにより、お互いのスケジュールをうまく調整できて、企業側の業務及び学生側の研究のスケジュールに与える大きな負担を軽減できる。

②企業と大学の連携が新たな方向へ発展

単なるインターンシップの学生と企業だけの連携でなく、派遣元の大学教官が、インターンシップに参画したりフォローすることが可能となる。

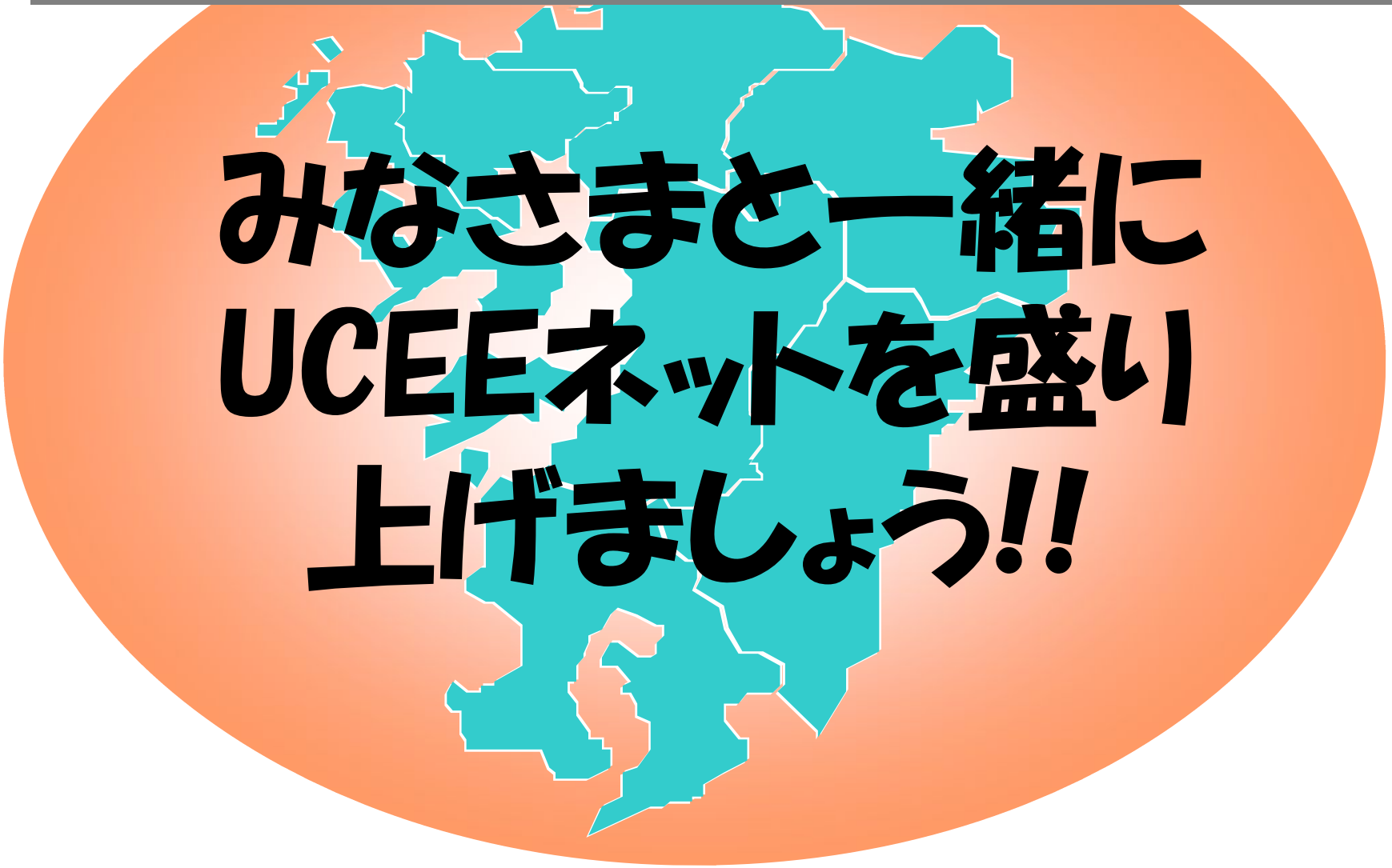
基本的に、インターンシップの学生が企業側でどのような態度で働いたか、また、実際どのような業務に従事したか、大学教官はあまり把握していない点が多い。インターンシップにおいて、企業がこのままでは社会に出て通用しないと思われる学生においても、教官は気が付かずに、適切な指導も学生時代に出来ずに、卒業後転職を数多く繰り返す事態の抑止が出来ない。よって、インターンシップに教官も指導者として一部関わることにより、学生時代に社会に通用する学生の指導が可能となる。

③テレビ会議システム体制の確立

情報交換及び進捗状況確認のインフラ充実

簡易的なテレビ会議システムの環境を整備すれば、バーチャル・インターシップにより、企業の現場の方などからも指導を受けられる。よって、実際の「ものづくり」の現場を体験することも可能となる。従来のインターンシップでは、企業側によって一方的に配属先が決められてしまっている。

最後に



みなさまと一緒に
UCEEネットを盛り
上げましょう!!

ミュージックリレー

京都大学工学部4年
河本和宏

普段、何してますか？

- 朝、研究室に来てから
- 夜、帰宅するまで。

- メール？
- データ解析？
- 論文作成？

気がつけば・・・

- 音
- 楽
- を聞いている自分。

背景

- SNSの活性化に不可欠なのは新規加入ユーザの増加とコアユーザの増加
- 研究所では毎朝パソコンをつけるところから一日が始まる
  - 毎日音楽を聴くのでネタ切れになりやすい
  - クラッシックを紹介してもらえば教養にもなる
- 文字だけの研究者紹介は読む気が起こらない

それは、活性化のためのバトン

UCEEのトップページにおいて、

- SNS参加者が日替わりで自分のお気に入りプレイリスト（公開プレイリスト）を紹介する
- 同時に自己紹介や研究内容についても記事を書く
- 「いいとも！」みたいな感じで次の担当者を決定する

目的

- SNSコアユーザを増やす
  - SNSの利用を習慣化する
  - 音楽を切り口に担当者のことを知ってもらう
  - リレー形式にすることで継続性を担保する
- SNS新規加入ユーザを増やす
  - プレイリストの依頼というSNSへ誘うためのきっかけとなる
  - 知り合いがいなくても自己紹介の機会がある
  - 音楽とセットにすることで加入のハードルを下げる

浪人博士の就活問題も解決！

- 企業から若手研究者へ仕事のオファーが来る
  - 現状は若手研究者から企業へ他の就活生と同様にエントリー
- SNSと音楽を通じて、研究はもちろんのこと、パーソナリティまでも知ってもらう
- 企業の研究者の記事や他分野の研究者の記事を読むことで視野が広がる

コンテンツ概要

- 公開プレイリスト
- 研究内容に関する記事
- リスト作成者プロフィール（元から登録されているもの）
- 写真
- 前回担当者と次回担当者
- プレイリストに対するコメント欄（SNS加入者閲覧可能）
- メッセージ送信欄（リスト作成者のみ閲覧可能）

アクションプラン

SNSにプレイリスト登録機能追加

各大学・企業・研究所などに告知開始

ミュージックリレー開始

複数のリレーを行いプレイリストと記事をストック

毎日プレイリストをリレー

コアユーザ増加

新規加入ユーザ増

SNSの活性化

ベストプレイリストコンテスト

企業からオファー

展望

- 採点機能をつけることによって、ベストプレイリスト、月間最優秀記事コンテストなどのイベントを行って盛り上げる
- 音楽の次はブックレビュー、論文要約など、よりアカデミックな内容も取り扱う
  - 専門分野の最先端のトピックを紹介してもらえられれば、偏りがちな視野を広く保つことができる
- アフェリエイトによる運営資金供給

疑問を解決

- プレイリストだけが活性化してしまわないか？
  - 研究に関する記事も併せて表示するので、最先端の技術に触れられる
- 企業のメリットはあるのか？
  - 研究者の人材バンクが増加し、かつ、日替わりで研究者が紹介されるので企業にマッチする人材と出会う機会が労せずして得られる

参考文献

- 音楽配信を変える公開プレイリストとは？（http://focus.allabout.co.jp/contents/focus_closeup_c/net4biz/CU20060428A/index/）
- プレイログ（http://playlog.jp/）

感想

- SNSを一見しての感想は以下のようなものでした。
  - 普段使うことがなさそう
  - 研究などまじめなことしか書けないのでめんどくさそう
  - 加入のハードルが高く、継続して使うメリットもなさそう
- 新規加入ユーザを増やすために、コアユーザを増やすために、みんなが気軽に毎日アクセスでき、かつ、交流できるような仕組みを考えました。

UCEE 面白化大作戦！

UCEE で欲しい情報をすぐに！！

東京工業大学　森秋紗

私は，UCEE で得られる情報を増やし、そしてその情報を簡単に得られるような仕組みをつくることで、登録者の利用率を増やし、UCEE を活性化させる方法を提案したいと思います。
私の提案する改善案の 3 本柱は以下の三つです。

＊情報発信媒体としてリニューアル！
＊コミュニケーション機能の充実
＊文献検索機能の充実

これらの 3 本柱について一つずつ説明していきたいと思います.

１．情報発信媒体とは？？
週に数回は更新されるコンテンツを有した，SNS に変化することです.
例えば，どのようなコンテンツが考えられるでしょうか？？

＊求人機能としてのコンテンツ
企業から学生に向けた，「ほしい人材像」「学生のうちに学んでおいて欲しいこと」などのコラムを各企業，リレー形式で更新していく.
企業から教員に向けて，「このようなことを学んでいない学生が多いので教えたほうがよい」といったコラムを更新していく.
＊学生の学びの場としてのコンテンツ
教員から学生に向けた，「教科書紹介」「勉強とは関係ない，自分自身の経験の話」「技術者英語のコラム」などを更新していく.

そして，これらの情報発信をわかりやすい形にするために，
コミュニティ機能を活用します. まずは，分類されているコミュニティ系統のそれぞれに，「UCEE 公式コミュニティ」を一つ作ります. タグなどをつけてわかりやすくすると良いと思います. そして，このコミュニティの機能には，掲示板だけでなく，ブログ機能も設けます. これによって，コラムを更新しやすく，また読んだ人からのコメントも受け付け

ることができます．日記機能がシステム的に困難であれば，外部ブログのリンクを張っても良いかもしれません．
これによって，自分の分野に関連する教員や，企業からの情報を得ることができます．

また，それぞれの記事を読んだ人が，レビュー記事をかいて，コミュニティ以外の人にも紹介できるような機能をつけたらよいと思います．

では，このような機能をつけ，コンテンツを更新することでどのような効果があるでしょうか？そもそも，私たちは何故，UCEE を頻繁に利用しないのでしょうか？
それには，このような理由が考えられると思います．

＊どのような情報があるか把握できない
もし、分からないことなどを UCEE ネットで解決できれば、利用したいのですが、
どんな情報があるか全くわかりません。
＊必ず更新される情報等がないので、毎日チェックする必要がない
mixi 等では、ニュースの抜粋が毎日アップされたり、友人が日記を書いたり、特に必要と感じていなくても、チェックすることで何か情報を得られるのですが、UCEE では自分のコミュニティ以外は更新情報が出ない（しかもそのコミュニティも殆ど更新されない）ので、ほとんどログインすることがありません。
＊自分のほしい情報が得られない
わからないことは図書館の文献，文献検索もすでにある検索システム，求人はリクナビ，
コミュニケーションのためだけでは mixi など様々な手段があり，
UCEE だけでしか得られない情報がない

これらの問題点を解決できるのが情報発信媒体としての機能だと思います．

２．　コミュニケーション機能の充実

上では，一部のユーザーによる情報発信を提案しましたが，
それ以外のユーザー同士が積極的にコミュニケーションをとることで，より UCEE が楽しいものになり，活性化すると考えられます．
＊コミュニティ機能の活用
前述したような，公式コミュニティを作ることで，コミュニティの利用率が増えると思います．今の仕組みでは，どこの誰が作っているのか，うちわだけのコミュニティなのか，全体に向けてなのかよくわからず，どのコミュニティにも属せない人が多いと思います．
専門分野ごとに公式コミュニティを作ることで，参加しやすい状況を作れ，またそれらを活用して分野が同じもの同士コミュニケーションをとることができると思います．

＊レビュー機能の追加

例えば，先ほど提案したような，UCEE 内コンテンツの紹介記事を，全体に公開できるようにすることや，論文レビュー，それ以外の本のレビューなどを同様に公開できる機能があれば，より個々が情報を発信できると思います.

＊公開制限の改善

mixi のように積極的につながりをもてない理由としては，情報公開に関する問題があると考えられます。

例えば、登録情報の公開制限ですが、研究、求人、一般、教員、とありますが、それ以外にも，「my ucee」に追加されているか否かなどの制限を設けることや，また求人にはより詳細な情報を載せる必要があると思うので，求人という項目に対して情報を公開することの安全性などを明記する必要があると思います．これらの改善によって，安心して自分の情報を載せることができ，つながりをもつに十分な情報ものせることができると思います.

３．　文献検索機能の充実

今までも，レビューという言葉を出してきましたが,

レストランの口コミサイトや, amazon のブックレビューのように, 論文や, 出版物ごとに,

＊どのようなコミュニティに属する人がよんでいるか

＊レビュー数，及びレビューを載せる

＊読んだ研究者数を表示できるようにする（レビューを書かなくても，ためになったと感じたらクリックするシステムを導入する）

逆に，コミュニティにも，「このコミュニティに属する人の人気論文ランキング」などが表示されるような仕組みをつくると，より検索しやすくなると考えられます.

これら，三つの改善策を実行することで，より情報を得やすくなり，利用者数が増加することが見込まれます.